

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V.S.K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 20. November 1948 - 48. Jahrgang - Nr. 47

Tabakpreis und Konsumgenossenschaften

Infolge der Annahme des Alters- und Hinterlassenenversicherungsgesetzes (AHVG) erhielt der Bund die Ermächtigung, auch die in Art. 127 dieses Gesetzes vorgesehenen Schutzmassnahmen für die bäuerliche Tabakkultur, die Erhaltung einer leistungsfähigen Tabakindustrie, die Erhaltung der Handarbeit in der Tabakindustrie und zur Regelung des Kleinhandels mit Tabakwaren und Zigarettenpapier einzuführen. Der schon beschlossene Preisschutz für Tabakwaren wird durch Herrn *Dr. Hans Herold* in einem Artikel im «Zentralblatt für Staats- und Gemeindeverwaltung» (Nr. 13/14, Jahrgang 1948) genauer untersucht. Die Ergebnisse, zu denen dieser Artikel kommt, sind nun tatsächlich so interessant, dass sie auch im «Schweiz. Konsum-Verein» besprochen werden müssen.

Es war vorauszusehen, dass die Auslegung der gleichzeitig mit dem Altersversicherungsgesetz angenommenen neuen Wirtschaftsartikel oft umstritten sein werde. Dass aber der Bund zu gleicher Zeit schon im Altersversicherungsgesetz seine Kompetenzen überschritt, mahnt zum Aufsehen. In Abweichung von der Handels- und Gewerbefreiheit darf der Bund u. a. nur Massnahmen ergreifen «zur Erhaltung wichtiger, in ihren Existenzgrundlagen gefährdeter Wirtschaftszweige oder Berufe». Diese Wirtschaftszweige und Berufe müssen aber zuerst alle ihnen billigerweise zumutbaren Selbsthilfemassnahmen getroffen haben.

Es darf füglich bezweifelt werden, dass die erwähnten Wirtschaftszweige und Berufe in ihren Existenzgrundlagen gefährdet sind und ob sie allenfalls die erforderlichen Selbsthilfemassnahmen schon getroffen haben. Es muss aber festgestellt werden, dass der Bund darüber hinaus mit Artikel 127 AHVG ausserordentlich stark in den Konkurrenzkampf in der Tabakindustrie eingegriffen hat. Er hat Massnahmen zur Festsetzung der Preise und zum Schutz gewisser Gewerbeformen getroffen, und zwar weitgehend auf rein fiskalischem Wege. Dabei sollte ihn bei der Steuergesetzgebung nach anerkannten Grundsätzen nur der fiskalische Gesichtspunkt interessieren, während allgemein wirtschaftspolitische Gesichtspunkte so massgeblich nicht in Betracht fallen sollten. Hier war eindeutig die fiskalische Verordnung der Umweg, auf welchem das direkt nicht erreichbare wirtschaftspolitische Ziel doch erreicht wurde. Unseren Genossenschaftern dürfte der vorläufig zum Abschluss gekommene Streit über die Rückvergütung auf Tabakwaren noch in frischer Erinnerung sein, und darum ist eine genauere Betrachtung insbesondere des *Artikels 94 der Verordnung betreffend die fiskalische Belastung des Tabaks vom 30. Dezember 1947* am Platze. Denn gerade in diesem Artikel wird der weitgehende Preisschutz eingeführt, wie er mit einer fiskalischen Verordnung nicht verbunden werden dürfte; er stützt sich weitgehend auf Art. 127 des AHVG.

Wenn in diesem Art. 94 die Verbindlichkeit des auf der Packung aufgedruckten Kleinhandelspreises erklärt wird und im Anschluss daran in Absatz 4 festgestellt wird, dass die ortsüblichen Rabatte oder Rückvergütungen nicht als Verletzung dieser Preisvorschriften gelten, so möchten wir vorerst mit Befriedigung von folgendem Wortlaut Kenntnis nehmen:

> «*Als ortsübliche Rabatte gelten die Vergütungen auf abgegebenen Rabattmarken und Eigenbons, deren Höhe die von den bedeutenden örtlichen Selbsthilfeorganisationen (Konsumvereine und Genossenschaften) gewährten Rückvergütungen nicht übersteigt.*»

Bis dahin galt eigentlich — auch steuerrechtlich — immer der Kleinhändlerrabatt als die Richtlinie, und die Rückvergütungen wurden als übermässig angeprangert, wenn sie diesen Rabatt überschritten. Dieses Verhältnis war ja auch u. a. die Grundlage des bekannten Derendinger Urteils.

Die eben zitierte Bestimmung darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass hier, entgegen dem in der Handels- und Gewerbefreiheit statuierten Verbot staatlicher Preisvorschriften, solche Preisvorschriften gemacht werden. Wozu? Im Zeitpunkte, wo der Preis verlangt und bezahlt wird, ist nämlich die Tabaksteuer schon lange bezahlt, so dass materiell gar kein fiskalischer Anlass zu diesem Eingriff in die Preisbildung besteht. In formeller Hinsicht verstösst dieser Art. 94 auch gegen die Verfassungsvorschrift, dass ein Preisschutz nur in Form eines Bundesgesetzes, das dem Referendum unterstellt ist, verfügt werden darf. In den letzten Jahren sind Preisvorschriften in grösserer Zahl gemacht worden, immer jedoch nur auf dem Vollmachtenrecht beruhend und mit dem Zwecke, keine Preis*überbietung* zuzulassen. Zweck der kritisierten Verordnung über die fiskalische Belastung des Tabaks ist aber, keine Preis*unterbietung* zuzulassen.

Die Konsumgenossenschaften sind ja nun allerdings in der Rückvergütung freigelassen. Sie dürfen damit schlussendlich billiger verkaufen als der private Detailhandel, der keinen oder zum mindesten niedrigere Rabatte, die nicht an die Rückvergütung der Konsumvereine herankommen, gewährt. Die dem Detailhandel zugesprochene Marge ist ja übrigens nicht zu gross, so dass im vorliegenden Fall aus materiellen Gründen eine Anfechtung der Vorschrift nicht

notwendig erscheint. Aus prinzipiellen Gründen sei hier aber festgehalten, dass Herr Dr. Herold in aller Form die

wacklige rechtliche Grundlage dieser Preisvorschrift

feststellt, indem er die Meinung vertritt, dass die Rechtmässigkeit der Verordnung über die fiskalische Belastung des Tabaks Gegenstand einer Beschwerde an das Bundesgericht bilden könnte. Es ist erfreulich, dass dies so eindeutig und klar festgestellt wird, und wir müssen uns diese Feststellung genau merken.

Sollte nämlich der eingeschlagene Weg in der Auslegung der Wirtschaftsartikel weiter verfolgt werden, sollten wir mit weiteren Preisvorschriften im Sinne eines absoluten Preisschutzes bedacht werden, so dürfen wir uns dann unbedenklich an den obersten Wächter über unsere Bundesverfassung wenden, an das Bundesgericht in Lausanne.

«*Es geht unseres Erachtens den Bund als Gesetzgeber über die Alters- und Hinterlassenenversicherung und die Tabakbesteuerung nichts an, ob eine Konsumgenossenschaft lieber auch auf Rauchwaren weniger verdienen als auf die Gewährung von Rückvergütung verzichten will, ob ein anderer Verkäufer Rabattmarken abgeben oder zu um einige Prozente reduzierten Preisen verkaufen will.*»

So lautet die Schlussfolgerung von Dr. Herold, und wir begrüssen diese eindeutige Feststellung sehr.

So wie zur unzulässigen Einführung des Preisschutzes stellt Dr. Herold zur Frage der *Zugaben* fest, dass die Verordnung gegen die Wirtschaftsartikel und zudem gegen das Bundesgesetz über den unlauteren Wettbewerb verstösst. Die Frage der Gratisabgabe von Zündhölzern warf ziemlich grosse Wellen. Sie ist nunmehr verboten, und hiezu darf festgestellt werden, dass der Bund nach dem Wettbewerbsgesetz nur gegen Missbräuche im Zugabewesen einschreiten darf, jedoch nur nach vorheriger Befragung der Kantonsregierungen und Wirtschaftsverbände. Die Gratisabgabe von Zündhölzern darf aber kaum als Missbrauch im Zugabewesen bezeichnet werden, und die erforderlichen Verhandlungen mit den Kantonsregierungen und Wirtschaftsverbänden wurden unseres Wissens auch nicht geführt.

Noch ein weiterer Punkt muss uns als Genossenschafter sehr interessieren: Es ist mittels der zur Durchführung der AHV eingeführten Fiskalmassnahmen eine Ordnung eingeführt worden, die den

Schutz alter Betriebe gegenüber neuen Konkurrenten

bezweckt. Die Tabakverordnung kennt ein sehr weitgehendes Rückvergütungssystem, indem bei geringeren Mengen monatlichen Rohtabakverbrauchs die Fabrikationsabgabe ermässigt wird; aber — und dies ist das Stossende — diese Rückvergütungen kommen nur Betrieben zugute, die schon vor dem 15. November 1937 in das Register der Zigarren- oder Zigarettenfabrikanten eingetragen waren. Dr. Herold stellt fest, dass ohne diese Rückvergütungen eine junge Industrie überhaupt nicht bestehen kann. Damit ist für die bestehenden Industrien nicht nur ein Preisschutz eingeführt worden, sondern sie sind von Staats wegen überhaupt in der Existenz so gesichert worden, dass man nachträglich wirklich nicht begreift, warum gerade aus Kreisen der Tabakindustrie gegen die AHV Sturm gelaufen wurde. Wir dürfen immerhin feststellen, dass es von einer gewissen Unbescheidenheit zeugen würde, wenn man mit diesen Formen staatlichen Schutzes noch nicht zufrieden wäre. Als betroffene Konsumenten möchten wir die Feststellung wiederholen, dass nach diesen von berufener Seite gemachten Feststellungen die neue Ordnung der Bundesverfassung widerspricht und vor Bundesgericht angefochten werden könnte. Das ist für uns um so wichtiger, weil wir hier immer wieder den gleichen Tendenzen begegnen, die wir seinerzeit in der Form der Bewilligungspflicht so scharf bekämpften.

Das Studium des Artikels von Dr. Herold hat uns Anlass gegeben, auch eine andere Bestimmung der Tabakverordnung noch genauer nachzusehen, nämlich den *Art. 51, Abs. 3*. Er handelt vom Verwaltungszwang, welcher denjenigen trifft, der ungerechtfertigte Preisunterbietungen oder Handlungen unlauteren Wettbewerbes begeht. Der Verwaltungszwang würde ihn in der Weise treffen, dass die oben erwähnten Ermässigungen oder Rückvergütungen auf der Fabrikationsabgabe aufgehoben oder herabgesetzt würden, bzw. dass die Fabrikationsabgabe um höchstens 20 % erhöht würde. Dies mag an sich gerechtfertigt sein, alarmieren muss aber die Gleichsetzung von «ungerechtfertigen Preisunterbietungen in irgendeiner Form» und «Handlungen, die als unlauterer Wettbewerb aufzufassen sind». Schon beim Abstimmungskampf um das Wettbewerbsgesetz haben wir die Ansicht vertreten, dass die Grenzen zwischen Preisunterbietungen und Preisschleudereien einerseits und billigen Preisen anderseits ins Schwimmen geraten könnten. Dies ist hier nun in eindeutiger Form der Fall. Wer stellt fest, wann eine ungerechtfertigte Preisunterbietung gegeben ist? Allem Anscheine nach der Bundesrat oder das von ihm beauftragte Departement, welches der Tabakindustrie in so grosszügiger Weise zu einem Preisschutz verholfen hat! Besteht nicht die Gefahr, dass gerade diese Behörde, welche es unternimmt, auf die Preisbildung einen so grossen Einfluss auszuüben, auch die Preispolitik der Konsumvereine in anderen Fällen beeinträchtigen will? Diese Gefahr sei hier in aller Offenheit signalisiert.

Es ist betrüblich, dass das grosse Sozialwerk der AHV auf diese Art und Weise untermauert werden soll. Wir glauben nicht, dass das Schweizervolk, welches am gleichen 6. Juli 1947 sein Bekenntnis zur Handels- und Gewerbefreiheit erneuerte, dieser Politik seine Zustimmung geben wollte, und möchten zu diesen Auswüchsen alle Vorbehalte anbringen.

Lj.

50 Jahre Unionsdruckerei Bern

Das solide kaufmännische Fundament

In der Förderung des sozialen Fortschritts spielt die *Unionsdruckerei Bern*, die auf 50 Jahre fruchtbarer Aufbauarbeit zurückblicken darf, eine bedeutsame Rolle. Sind doch an dieser Stätte Publikationen entstanden, die Jahre und Jahrzehnte hindurch an der Auflockerung der Gewissen gewirkt und dabei offensichtliche Erfolge erzielt haben. Hingewiesen sei nur auf den Druck der «Berner Tagwacht» und der «Nation». Dazu kommen zahlreiche Zeitschriften vorwiegend kultureller Art, so die Sängerzeitung des Arbeiter-Sängerverbandes und die «Bildungsarbeit» der Schweizerischen Arbeiterbildungszentrale.

Was die Unionsdruckerei uns besonders nahebringt, ist ihr *genossenschaftlicher Charakter*. Es war ein kühner Entschluss, der damals gefasst wurde. Doch genossenschaftlicher Pioniergeist war am Werke; er erreichte das Ziel. Heute steht das imposante Gebäude resp. der grosse Gebäudekomplex in Bern auf sehr solidem Boden.

Die zum Jubiläum erschienene besonders glücklich und umfangreich gestaltete Ausgabe der «Berner Tagwacht», die hiefür prominente Mitarbeiter gewonnen hat, enthält für die *soliden Geschäftsprinzipien* dieser Genossenschaft manch überzeugenden Beweis. So schreibt Nationalrat Dr. Max *Weber* in seinem Artikel «Die Unionsdruckerei als Genossenschaft»:

«Der wichtigste Weg zur Aufbringung der Mittel wurde die Eigenfinanzierung durch Bildung von Reserven, von dem man sagen kann, dass er der klassische Weg der Genossenschaften ist. Dazu braucht es aber Zeit, viel Zeit, und viel Geduld und Beharrlichkeit seitens der leitenden Per-

sonen. Anfänglich ist die Anlegung von Reserven sehr schwierig oder ganz unmöglich, besonders wenn mit einem erheblichen Defizit abgeschlossen werden muss, wie das im ersten Geschäftsjahr der Fall war. Doch Albert Berner, mit dessen Geschäftsführung der grossartige Aufstieg der Genossenschaftsdruckerei unzertrennlich verbunden ist, wusste, wie das Abc der Leitung einer Genossenschaft heisst, nämlich: Ertrag und Unkosten so zu gestalten, dass ein ansehnlicher Ueberschuss bleibt, der nicht nur für die nötigen Abschreibungen ausreicht, sondern darüber hinaus die Anlegung stiller und offener Reserven gestattet.

Es gibt immer noch Leute, die glauben, das Wesen der Genossenschaft bestehe darin, dass man grössere Ansprüche an sie stellen kann als an ein privates Unternehmen: Der Arbeiter erwartet einen höheren Lohn, kürzere Arbeitszeit, bessere Behandlung, geringere Arbeitsleistung; der Kunde verlangt günstigere Preise, bessere Qualität usw. Zweifellos soll die Genossenschaft gute, wenn möglich vorbildliche Leistungen gewähren für ihr Personal sowohl wie für ihre Geschäftskunden. Aber in erster Linie muss ihre eigene Existenz gesichert werden. Je besser sie konsolidiert ist, je stärker ihre Finanzlage ist, desto besser können ihre Leistungen sein. Deshalb entspringt die Anlegung von Reserven nicht einer Sparwut oder einer besondern «Ghebigkeit» des Direktors, sondern sie ist für eine Genossenschaft unentbehrlich, um ihre Unabhängigkeit zu sichern und den weitern Ausbau zu ermöglichen.

Es wäre grundfalsch, diese Methoden etwa als «kapitalistisch» bezeichnen zu wollen. Der grundsätzliche Unterschied zur kapitalistischen Unternehmung besteht ja darin, dass in dieser die Reserven dem Privatkapital gehören und zur Ausschüttung von Gewinn verwendet werden, während die Genossenschaft keine Profite verteilen kann, sondern dem Kapital höchstens den landesüblichen Zins vergüten darf. Die genossenschaftlichen Reserven dürfen überhaupt nur im Interesse des Unternehmens, also für gemeinwirtschaftliche Zwecke, benutzt werden.

Diese vorsichtige genossenschaftliche Finanzpolitik hat den prächtigen Aufstieg der Unionsdruckerei ermöglicht. Er kommt nicht nur in dem schönen grossen Gebäudekomplex und der hohen technischen Leistungsfähigkeit zum Ausdruck, sondern namentlich auch im finanziellen Aufbau von heute. Die Anteilscheine machen zwar, obschon sie auf Fr. 81 450.— angestiegen sind, nur zwei Prozent der gesamten Bilanzsumme aus. Daneben werden aber offene Reserven im zwölffachen Betrag ausgewiesen und ausserdem noch ein Erneuerungsfonds von Fr. 500 000.— und ein Dispositionsfonds von rund Fr. 20 000.—, so dass das Eigenkapital, ohne Berücksichtigung der stillen Reserven, die in den stark abgeschriebenen Liegenschaften und Maschinen liegen, 1,57 Millionen Franken beträgt, was 41 % der Bilanzsumme ausmacht. Diese bedeutsame innere Erstarkung hat nun auch tatsächlich die Voraussetzungen geschaffen für die Entwicklung zu einer der leistungsfähigsten Druckereien und für die Gewährung guter Arbeitsbedingungen für das Personal sowie von Sicherung im Falle von Invalidität, Alter und für die Hinterlassenen im Todesfalle. Die Personalfürsorgestiftung verfügt heute über einen Fonds von 3.2 Millionen Franken.

Die Unionsdruckerei war während mancher Jahre die einzige Genossenschaftsdruckerei des Landes und steht heute im Kranze der 14 genossenschaftlich organisierten Druckereibetriebe in der vordersten Reihe. Sie hat in den 50 Jahren ihres Bestehens Pionierarbeit geleistet für die Genossenschaftsbewegung.»

Herr Nationalrat Arthur *Steiner* lässt sich in einem weiteren Aufsatz u. a. wie folgt vernehmen:

«Die Unionsdruckerei ist ins gereifte Alter hineingewachsen. Sie hat fünfzig Jahre erfolgreiche Tätigkeit hinter sich. Als Produktivgenossenschaft bewährte sie sich. Produktivgenossenschaften zu gründen, verlangt hohe Berufskenntnisse. Nicht immer glückte der Arbeiterschaft dieser Wurf. Der grosse Feind jeder Genossenschaft, der sie zu Fall bringt, ist das Fehlen genossenschaftlichen Geistes unter ihrer Führung und den von ihr Beschäftigten. Auch für die Genossenschaft gelten die Spielregeln der freien Marktwirtschaft. Sie steht mitten in diesem Konkurrenzkampf. Im luftleeren Raum kann sie nicht leben.

Das Wohlergehen einer Produktivgenossenschaft hängt weitgehend von den Charaktereigenschaften der leitenden Persönlichkeiten ab. Gegenüber dem Privatbetrieb bestehen hierin keine Unterschiede. Die Unionsdruckerei Bern hatte Glück. Volle 45 Jahre hatte sie einen Mann an ihrer Spitze, der auf sich selbst vertraute und nie erwartete, dass andere die schwierigen Probleme für ihn lösen. Albert Berner glaubte an die genossenschaftliche Idee, an die grosse Mission der Genossenschaft.

Albert Berner stand ein Stab treuer, tüchtiger und langjähriger Mitarbeiter zur Seite. Auf diesen durfte die Unionsdruckerei Bern stets zählen. Ihr Fundament war immer gesund.

Die Genossenschaften werden in unserem Lande des öftern scharfer Kritik ausgesetzt. Aber trotzdem ist das letzte Wort über ihre grundsätzliche Bedeutung und ihren effektiven Nutzen keineswegs gefallen. Mag im Ausland der Streit um die Form der Wirtschaft, ob sie freier, privater oder staatlicher Natur sein solle, noch so stark entbrennen, beim Schweizer Arbeiter wird keines der beiden Systeme stark Feuer fangen. Die Lobpreisungen der freien Wirtschaft mögen heute wohl hoch im Kurs stehen. Ob es in Zeiten geringerer Prosperität auch so sein werde, zeigt die Zukunft. Es ist mit der freien Wirtschaft ungefähr wie mit der Fahne auf einem Gasthof: beim schlechten Wetter wird sie eingezogen. Das Genossenschaftswesen dagegen ist eine Form, welche dem schweizerischen Empfinden nahesteht. Die Genossenschaften haben der Wirtschaft unseres Landes nützliche Dienste erwiesen und werden in der Zukunft sehr viel zum Gelingen einer gesunden schweizerischen Ordnung beitragen können.»

So steht die Unionsdruckerei festgegründet auf solidem Schweizer Boden. Nicht nur zu ihrem Jubiläum, sondern auch für die Entschlossenheit, den sozialen Fortschritt im guten Genossenschaftsgeist weiter zu festigen, entbietet ihr die gesamte Genossenschaftsbewegung die besten Glückwünsche.

Schweizerischer Ausschuss für zwischengenossenschaftliche Beziehungen

* An seiner kürzlich in Zürich abgehaltenen Sitzung wählte der Schweizerische Ausschuss für zwischengenossenschaftliche Beziehungen an Stelle von alt Nationalrat Johannes Huber Dr. *Ernst Durtschi* (VOLG, Winterthur) zu seinem Präsidenten und Nationalrat Dr. *Max Weber* zu seinem Vizepräsidenten. Das Sekretariat wurde weiterhin dem V. S. K. übertragen.

Zu einer Anfrage des Schweizerischen Gewerbeverbandes betreffend Wiederaufnahme der Verhandlungen über eine freiwillige Ordnung im Detailhandel stellte der Ausschuss fest, dass es Sache des Gewerbeverbandes wäre, eine neue Diskussionsbasis zu schaffen, nachdem er im Sommer 1946 Gegenvorschläge des Ausschusses abgelehnt und die Arbeiten des paritätischen Fachausschusses abgebrochen hatte.

Nach einer eingehenden Diskussion über die engere Zusammenarbeit der landwirtschaftlichen und der Konsumgenossenschaften auf nationalem und internationalem Boden, wobei ganz besonders auch das Verhältnis der landwirtschaftlichen Organisationen zum Internationalen Genossenschaftsbund (IGB) zur Sprache kam, liess sich der Ausschuss über die parlamentarischen Verhandlungen über die zusätzliche Wehrsteuer orientieren.

Deutscher Konsumgenossenschaftstag

Wenn ein Beweis nötig gewesen wäre, dass die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung erfolgreich an der Arbeit ist, ihre Organisation wieder aufzubauen, so hat der deutsche Konsumgenossenschaftstag, der zweite der Nachkriegszeit und der 31. in der langen Kette der deutschen Genossenschaftskongresse, der vom 14. bis zum 16. September in Hamburg stattfand, diesen Beweis erbracht. 800 Delegierte und Gäste nahmen daran teil. Die Anwesenheit zahlreicher Vertreter aus dem Auslande kann als ein Symbol dafür angesehen werden, dass die Zeit der erzwungenen Isolierung der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung nun zu Ende ist.

Lord Henderson, der Unterstaatssekretär für deutsche Angelegenheiten, begrüsste den Genossenschaftstag im Namen der englischen Regierung und des britischen Aussenministers. Er stellte dabei fest, dass er auf ausdrücklichen Wunsch von Minister Ernest Bevin gekommen sei, und betonte, dass die britische Regierung die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung als einen äusserst wichtigen Faktor für den demokratischen Wiederaufbau in Deutschland betrachte. Aehnliche Gedankengänge äusserte der britische Zivilgouverneur für Hamburg, Mr. *Berry*. Der Internationale Genossenschaftsbund war durch seine Generalsekretärin Miss *G. F. Polley* vertreten, die ihrer besonderen Freude Ausdruck gab, dass die deutsche Genossenschaftsbewegung nun wieder ein vollberechtigtes Mitglied der internationalen Genossenschaftsbewegung geworden sei.

In einer Beziehung freilich liess der Konsumgenossenschaftstag etwas zu wünschen übrig: *Es fehlte der ostdeutsche Teil der Bewegung*. Der eiserne Vorhang ist also auch für die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung eine schmerzliche Trennungslinie. Nicht für die deutschen Genossenschafter hüben und drüben; die sind sich innerlich in dem gemeinsamen Glauben an die Kraft, gerade auch an die *einigende Kraft* des Genossenschaftsgedankens verbunden. Aber offiziell geht es den beiden Teilen so, wie den beiden Königskindern im Volkslied: «Sie konnten zusammen nicht kommen, das Wasser war viel zu tief». Die deutsche Bewegung hat keinen Einfluss in der Frage der deutschen Genossenschaftseinheit. Sie kann gegenwärtig nur stillhalten und auf den Tag hoffen, wo es den deutschen Genossenschaftern vergönnt ist, nicht nur *frei* dem Gefühl der Zusammengehörigkeit in allen Zonen Ausdruck zu geben, sondern es auch in die Tat umzusetzen. In einer Entschliessung zur Frage der genossenschaftlichen Einheit bekannte sich der Konsumgenossenschaftstag vorbehaltlos zur genossenschaftlichen Einheit. Er stellte jedoch fest, dass diese Einheit «auf den Grundlagen der international anerkannten genossenschaftlichen Prinzipien gegründet sein müsste» und fuhr dann fort:

«Zu diesen Prinzipien gehören insbesondere unbedingte Unabhängigkeit, auch gegenüber dem Staat, parteipolitische und religiöse Neutralität sowie uneingeschränkte demokratische Selbstverwaltung der Konsumgenossenschaften.»

Zur Frage des Beitritts der deutschen konsumgenossenschaftlichen Zentralorganisationen zum Internationalen Genossenschaftsbund sagte die gleiche Entschliessung:

«Der Konsumgenossenschaftstag begrüsst den Beitritt sowohl des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften als auch der Grosseinkaufsgesellschaft deutscher Konsumgenossenschaften zum Internationalen Genossenschaftsbund. Der Beitritt beider Organisationen war gerechtfertigt und erforderlich, weil ohne Schuld der Konsumgenossenschaftsbewegung Westdeutschlands zur Zeit eine einheitliche, sich über ganz Deutschland erstreckende Bewegung nicht geschaffen werden konnte. Der Konsumgenossenschaftstag weist den Vorwurf, der Beitritt zum Internationalen Genossenschaftsbund sei in der Absicht erfolgt, die Einheit der Genossenschaftsbewegung zu zerstören oder habe die Spaltung der einheitlichen Genossenschaftsbewegung zur Folge, zurück.»

Ein weiterer wichtiger Beschluss des Konsumgenossenschaftstages war die *formelle Gründung des Zentralverbandes deutscher Konsumgenossenschaften*. Zwar hatte der Zentralverband schon seit mehreren Jahren wichtige Arbeit auf dem Gebiet der Interessenvertretung, der Presse und des Bildungswesens geleistet, doch fehlte ihm lange Zeit die formelle Anerkennung, so dass er als Zentralverband in Planung firmieren musste. Dieser unerquickliche Zustand ist nun endgültig überwunden.

Wirtschaftspolitische Fragen spielten eine grosse Rolle auf dem Konsumgenossenschaftstag, dessen letzter Teil die Generalversammlung der GEG bildete. In einem wichtigen wirtschaftspolitischen Referat über «Die Entwicklung zur Gemeinwirtschaft» nahm Herr Dr. h. c. Henry Everling grundlegend zu einigen brennenden deutschen Gegenwartsfragen Stellung. In einer Entschliessung begrüsste der deutsche Konsumgenossenschaftstag «den mit der Währungsreform begonnenen Abbau des aus dem Dritten Reich stammenden Wirtschafts- und Marktordnungsrechts, die beabsichtigte Wiedereinführung der Gewerbefreiheit und die damit verbundene Wiederherstellung eines echten Leistungswettbewerbs».

Er missbilligte jedoch «aufs schärfste das Verhalten aller jener Wirtschaftskreise, die zum Nachteil der Verbraucher die Lockerung der Zwangswirtschaft, insbesondere durch unverantwortliche Preissteigerungen und neue Hortungsmanöver, für sich auszunutzen suchen».

Der deutsche Konsumgenossenschaftstag hat sich zwar für die freie Marktwirtschaft ausgesprochen, er hat dabei aber deutlich zu verstehen gegeben, dass er unter freier Marktwirtschaft nicht *zügellose Marktwirtschaft* versteht, dass also freie Marktwirtschaft nur dann bejaht werden kann, wenn sie zugleich eine *Wirtschaft der sozialen Verantwortung* ist.

Besonders verheerend sind die Verhältnisse, die als Ergebnis der zügellosen Marktwirtschaft auf dem Gebiet der deutschen Fleischversorgung entstanden sind, und mit diesen Verhältnissen hat sich der deutsche Konsumgenossenschaftstag noch besonders befasst:

«Die Entwicklung nach der Währungsreform hat zum völligen Zusammenbruch der Fleischversorgung geführt», sagt eine zu dieser Frage angenommene Entschliessung. «Und da diese unhaltbaren Zustände», fährt sie fort, «ihre Ursache in der noch anhaltenden Mangellage haben, *fordert der Konsumgenossenschaftstag im Interesse der Verbraucher die sofortige Einfuhr ausreichender Mengen von Fleisch und Schlachthausprodukten aus den Ueberschussländern* und unter massgeblicher Einschaltung der von den Konsumgenossenschaften, dem Fleischerhandwerk und der Fleischwarenindustrie getragenen Fleischverkehrsgesellschaft die *Verarbeitung und Verteilung durch erwiesenermassen zuverlässige Firmen.*

Weiter fordert er die sofortige Einfuhr ausreichender Mengen von Futtermitteln für die Aufzucht von Schweinen.

Darüber hinaus hält es der Konsumgenossenschaftstag für unbedingt erforderlich, *sofort Massnahmen zur Sicherung tragbarer Verbraucherpreise für die minderbemittelte Bevölkerung zu ergreifen.*»

*

Da die alten leitenden Genossenschafter, die im Jahre 1945 die Führung der Konsumgenossenschaften übernahmen, schon alle die Altersgrenze weit überschritten haben,

war es notwendig, für Nachwuchs in der Führung der Zentralorganisation zu sorgen. Unmittelbar vor dem Konsumgenossenschaftstag riss der Tod von *Josef Bodden*, einem der fähigsten Wirtschaftsführer, die die deutsche Genossenschaftsbewegung je gehabt hat, eine schmerzliche Lücke in die Phalanx der alten Führer, die der deutschen Bewegung besonders in den kritischen ersten Nachkriegsjahren unvergessliche Dienste geleistet haben. Nun sollen junge Kräfte an ihre Stelle treten, d. h. für einige Zeit werden auch die alten bewährten Genossenschafter den jungen noch mit Rat und Tat zur Seite stehen. Neugewählt wurden in den *Vorstand des Zentralverbandes* als hauptamtliche Mitglieder: Professor W. M. *Kirsch;* Dr. *E. Hasselmann; Karl Schuhmacher* und *Richard Wilhelm* und als ehrenamtliche Mitglieder: *Josef Aust*, Essen; *Walter Hoff*, Stuttgart; *Heinrich Meins*, Hamburg, und *Karl Wiederkehr*, Hamburg. Zum Vorsitzenden der *Fortbildungskommission des Zentralverbandes* wurde *Heinrich Sierakowsky* gewählt. In den geschäftsführenden Vorstand der Grosseinkaufs-Gesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften (GEG) wurden gewählt: *Heinrich Meins, Fritz Klein, Paul Penzin, Karl Wiederkehr, Hans Frederiksen* und *Gustav Dahrendorf*.

Die deutsche Konsumgenossenschaftsbewegung, die schon heute ein wesentlicher Faktor in der Wirtschaft Westdeutschlands ist, hat auf ihrer Hamburger Tagung den Anspruch auf einen noch grösseren Einfluss auf die Gestaltung der wirtschaftlichen Dinge Westdeutschlands angemeldet, in der Ueberzeugung, dass eine freie Marktwirtschaft heute nur dann ihre Funktion richtig erfüllen kann, wenn die freie Gemeinwirtschaft in ihr stark ist und Raum zur Entfaltung hat. Dr. E. H.

Die Verbottafel

In der «Gewerblichen Wirtschaft», St. Gallen, wird treffend nachgewiesen, dass nicht die «Verbottafel», sondern die auf Selbstvertrauen sich gründende *eigene Leistung* die Lösung der gewerblichen Probleme zu bringen habe. Wenn es wirklich so ist, dass diese Ueberzeugung «Allgemeingut der neuzeitlichen Gewerbepolitik» ist, so sollte nicht eine Verschärfung, sondern eine Befriedung der wirtschaftspolitischen Auseinandersetzungen in Aussicht stehen. Man sympathisiert im genannten Blatt zwar mit der — recht vage formulierten — Bewilligungspflicht. Trotzdem bleibt das Eingeständnis, dass uns die Verbotspolitik — wir denken an den Warenhausbeschluss — nicht weiterführt, beachtenswert. Immerhin ist festzustellen, dass die skizzierte «neuzeitliche Gewerbepolitik» noch kaum bis zu den höchsten Spitzen des Gewerbeverbandes durchgedrungen ist, wo man in der besonders schweren steuerlichen Belastung der Konsumgenossenschaften eine der wichtigsten Lebensaufgaben sieht und damit wenig Sinn für demokratische Fairness beweist. — Wir lesen in der «Gewerblichen Wirtschaft» u. a. (Hervorhebungen von uns):

«Die Gefahr einer weiteren Expansion der *Massenproduktion* schwebt als stete Drohung über der gewerblichen Wirtschaft, nicht zuletzt im Gefolge der umfangreichen Zerstörungen und der allgemeinen Verarmung im Ausland. Andererseits sind die *genossenschaftlichen Unternehmungen* unserer Wirtschaft in steter Ausdehnung begriffen und sind längst über den Detailhandel hinaus in die überlieferten Gebiete der gewerblichen Produktion vorgestossen. Beide bedrängen den gewerblichen Lebensraum und haben sich der Gewerbepolitik der vergangenen zwei Jahrzehnte als bestimmende Elemente aufgeprägt. Im mangelnden Bewusstsein der eigenen Kraft hat man sich dabei nach dem stärksten Verbündeten umgesehen und den Staat und seine gesetzgeberische Kompetenz um Beistand angerufen. Konstruktive Lösungen kristallisierten sich auf diesem Wege kaum heraus, und die Verbottafel war das Merkmal dieser Politik. Demgegenüber reifte die Einsicht, dass die Fesselung und Unterdrückung der wirtschaftlichen Kräfte durch staatliche Gebote den Keim für die *Erschlaffung der Initiative* in sich tragen und am Ende der freiheitlichen Wirtschaft das Grab bereiten. Es ist ein bleibendes Verdienst des langjährigen Betreuers der sanktgallischen Gewerbeinteressen, Dr. Andereggs, in zähen Anstrengungen und ungeachtet der Anfechtung aus den eigenen Reihen diesem Gedanken zum Durchbruch verholfen zu haben. Damit wandte sich die Gewerbepolitik einer völlig neuen Zielsetzung zu, welche dem Grundsatz der *freiheitlichen Gestaltung der Wirtschaft*, des direkten Ausgleiches zwischen den Wirtschaftsgruppen, der sinnvollen Zusammenarbeit der Branchen und der Entfaltung schlummernder gewerblicher Energien stand. Der Resignation über die unvermeidliche Ausdehnung der staatlichen Machtsphäre wurde der Appell an die *Leistungsfreudigkeit* und die freien schöpferischen Kräfte gegenübergestellt.

Es brach sich die Erkenntnis Bahn, dass das Gewerbe nicht um seiner selbst willen Anspruch auf Schutz geltend machen kann, sondern dass schliesslich die Leistung innerhalb der Marktwirtschaft entscheidet. Dieser Gedanke darf heute als *Allgemeingut einer neuzeitlichen Gewerbepolitik* gelten.»

Die berufliche Weiterbildung eine Existenzfrage

Wenn Praktiker der Konsumgenossenschaften zusammenkommen, geht es nicht lange, bis ihr Gespräch auf das *Verkaufspersonal* kommt. Allen ist bewusst, dass schlechte Verkäuferinnen eine ungemein schädliche Hemmung des genossenschaftlichen Fortschritts darstellen. Wenn diese Praktiker — seien es Verwalter, Abteilungsvorsteher oder sonst Verantwortliche — auf der Höhe ihrer Aufgabe sind, so schauen sie nach Mitteln aus, um dem Uebel, das am Mark ihrer Genossenschaft nagt, abzuhelfen. Sie entwerfen einen Plan für eine systematisch durchgeführte *Fortbildungsarbeit* mit Vorträgen, Demonstrationen, Aussprachen; sie geben dem Personal — auch demjenigen im Büro — geeignete Lektüre in die Hände, so u. a. den «*Schweiz. Konsum-Verein*» und «*Service Co-op*». Diese Praktiker sorgen aber vor allem auch *selbst* dafür, dass sie sich nichts entgehen lassen, was ihrer eigenen Aufklärung dient. Wir denken da an den Verwalterverein, die verschiedenen Arbeitsgemeinschaften, die Arbuko, die Kurse im Genossenschaftlichen Seminar.

Eine recht schlechte Note haben bei nicht wenigen Praktikern die *Studienzirkel*. Und stellen doch gerade diese die geeignetste Form dar, um Aufklärung des Personals im kleinen Kreise zu betreiben.

Es ist gewiss ein sehr ernstes Vergehen angesichts der grossen uns gestellten Aufgabe, wenn wir nicht alle Möglichkeiten zu einer ganz entschiedenen Vermehrung unserer Anstrengungen in der beruflichen Weiterbildung nützen.

Die Kriegswirtschaft ist ja nun wieder weitgehend abgebaut. Das Märklikleben fällt dahin. Es gibt viel weniger Schreibereien. Wir dürfen deshalb mit sehr gutem Recht verlangen, dass sich die *Bemühungen nach der beruflichen Seite hin mehren*. Das gilt von der obersten Spitze einer Genossenschaft bis zum bescheidensten Mitarbeiter. Solches Verlangen ist keine Theorie, sondern entspringt der Einsicht, dass unsere Bewegung nur dann Fortschritte machen kann, wenn sie *auch nach der menschlichen Seite hin* die Voraussetzungen erfüllt, die heute jedem leistungsfähigen Betrieb gestellt werden.

Wie sehr die Ueberzeugung, dass berufliches Können der *Schlüssel für volle Dienstleistung* in sich trägt, heute im *pri-*

vaten Detailhandel zuhause ist, zeigt z. B. auch folgende in der «Gewerblichen Wirtschaft» erschienene Notiz:

Am vergangenen 12. Oktober fand in St. Gallen eine Präsidentenkonferenz des kantonalen Detaillistenverbandes statt. Als einziges Traktandum stand die berufliche Weiterbildung im Detailhandel zur Diskussion. Dabei wurde mit erfreulicher Einmütigkeit die Wichtigkeit und Notwendigkeit einer sorgfältigen Berufsbildung im mittelständischen Detailhandel erkannt. Die berufliche Weiterbildung im Detailhandel ist heute eine Frage von höchster wirtschaftlicher Aktualität geworden. Es steht ausser jedem Zweifel, dass nur die volle Entfaltung der mittelständischen Leistungskraft dem Ansturm von Genossenschaft, Warenhaus und Grossunternehmung gewachsen ist.

Die Einsicht in diesen Zusammenhang bewog die versammelten Präsidenten, der beruflichen Weiterbildung alle Aufmerksamkeit zu schenken. Aus diesem Grunde wurde die Einsetzung einer Berufsbildungskommission beschlossen, mit dem Auftrage, den Bildungsbestrebungen im sanktgallischen Detailhandel einen kräftigen Impuls zu verleihen. Hoffen wir, dass diese Kommission auf das Verständnis und die Einsicht aller Detaillisten zu Stadt und Land zählen darf. Dies wird beitragen, dem mittelständischen Detailhandel die Durchschlagskraft im Knkurrenzkampf zu erhöhen.

Regionale Kurse für Studienzirkelleiter

Kreis VII

Der von der Studienzirkelkommission des Kreises VII organisierte regionale Kurs für Studienzirkelleiter darf als ein beachtenswerter Erfolg gewertet werden. Der Kurs beanspruchte zwei ganze Sonntage. Die Lokalitäten wurden vom LVZ zur Verfügung gestellt. Der erste Kurstag fand am 24. Oktober statt. Er wurde eingeleitet durch einen Vortrag von *H. Horlacher*, Geschäftsleiter des LVZ, über «*Neuere Formen der Warenvermittlung*». Im Mittelpunkt seiner interessanten Ausführungen stand die Frage des *Selbstbedienungsladens*, wobei der Referent über die Erfahrungen mit diesem neuen Ladensystem in anderen Ländern, namentlich in Schweden, berichten konnte. An das Referat schloss sich eine lebhafte, anregende Diskussion, die durchwegs von einer positiven Einstellung zu dieser Frage getragen war. Immerhin — das war auch die Meinung des Referenten — müssen in unserem Lande noch weitere Erfahrungen gesammelt werden, bevor man dazu übergehen kann, diese Neuerung in grösserem Masse einzuführen. — Der erste Selbstbedienungsladen, den der LVZ an der Stauffacherstrasse eröffnet hat und den die Kursteilnehmer nach dem Mittagessen besichtigten, fand allgemeines Lob. — Zu zwei Kurzreferaten sprachen *Paul Steinmann*, Zürich, über «*Zweck, Aufgaben und Methoden der Genossenschaftlichen Studienzirkel*» und *E. Sager*, Zürich, der erzählte, wie er dazu kam, einen Studienzirkel zu gründen und wie sich praktisch die Leitung eines solchen Zirkels gestaltet. Die beiden einander ergänzenden Referate gaben ebenfalls Anlass zu einer sehr anregenden Diskussion.

Unter der Leitung von *Paul Steinmann* und *Werner Egli*, Zürich, wurden zwei Parallelzirkel durchgeführt. Der eine mit der Behandlung eines Abschnittes aus dem Programm 1 (Die Grundsätze der Redlichen Pioniere von Rochdale), der andere mit Referat und Diskussion über einen Abschnitt von Programm 12 (Einführung in die Genossenschaft). In beiden Zirkeln wurde lebhaft diskutiert.

Der *zweite Kurstag* wurde eingeleitet durch ein Referat von *E. Sigg*, Geschäftsleiter des LVZ, der in temperamentvoller Weise *die internationale wirtschaftliche und politische Lage* beleuchtete und, eingehend auf die Lage in der *Schweiz*, die *Aufgaben und die Stellung der Konsumgenossenschaften* kennzeichnete. Sein Referat klang aus in den Ruf: Noch mehr Aktivität, mehr Initiative und weniger Aengstlichkeit, und vor allem: Klarheit darüber, wer unser Gegner ist und wer zu uns steht. Ein wesentlicher Teil der lebhaften Diskussion war der Frage der Neutralität der Konsumgenossenschaften gewidmet, wobei die Mehrheit den Standpunkt vertrat, dass eine *absolute* Neutralität für die Konsumgenossenschaftsbewegung gar nicht möglich sei, da sie auf keinen Fall darauf verzichten könne, in gewissen wirtschaftspolitischen Fragen die Interessen ihrer Mitglieder zu verteidigen gegen Angriffe von seiten anderer Wirtschaftsgruppen.

In einem Kurzreferat sprach *H. Bickel* über das neue Programm: «*Die Stellung der Konsumgenossenschaften zu den übrigen grossen Wirtschaftsgruppen der Schweiz*». Er beschränkte sich in der Hauptsache darauf, den *Standort* zu analysieren, von dem aus die Konsumgenossenschaften ihre Stellung zu den anderen Wirtschaftsgruppen beziehen müssen, weil nur dann, wenn wir diesen Standort genau kennen, eine richtige Stellungnahme zu den anderen Wirtschaftsgruppen möglich sei. Das zweite Kurzreferat hielt Frau *Schuhmacehr*, Zürich, die eine anregende und leichtverständliche Einführung zu Programm 15 «*Probleme der Hausfrau*» gab, wobei sie die wichtigsten in diesem Programm gestellten Fragen streifte. Zwei *Parallelzirkel*, unter Leitung von *M. Rast* resp. Frau *Ganz*, Winterthur, behandelten aus dem neuen Programm den Abschnitt «Genossenschaft und Gewerkschaft» sowie einen Abschnitt aus dem Programm «Probleme der Hausfrau». Die Teilnehmer zeigten sich hocherfreut über die anregenden, ihr Wissen bereichernden Referate und Diskussionen.

H. Handschin, Basel, gab abschliessend seinen Eindruck von dem durchgeführten Kurs. Er erklärte sich sehr befriedigt und gab seiner Hoffnung Ausdruck, dass von diesem Kurs ein neuer Impuls für die Studienzirkelbewegung im Kreise VII des V. S. K. ausgehen möge.

Gegen 6 Uhr abends konnte der Präsident der Studienzirkelkommission des Kreises VII, der diesen Kurs organisiert hatte, schliessen. Er durfte ihn als einen schönen Erfolg bezeichnen sowohl hinsichtlich seines Verlaufes als seines Besuches. Ausser dem LVZ waren vertreten die Konsumvereine Winterthur, Horgen, Uster und Pfäffikon, ferner die genossenschaftlichen Frauenvereine Zürich, Horgen, Winterthur und Schaffhausen. Am ersten Sonntag hatten sich 34 Teilnehmer eingefunden, am zweiten aber 45. Als besonders erfreulich registrierte der Organisator des Kurses die Teilnahme zahlreicher Genossenschafterinnen vor allem aus Zürich sowie einer Anzahl von Funktionären der Gewerkschaft, des VHTL. Wenn auch vom Lande her ein besserer Besuch zu wünschen gewesen wäre, so bedeutet doch die Teilnahme von Vertretern aus mehreren Konsumvereinen vom Land einen ermutigenden Anfang. H. B.

Kreis V

An dieser Konferenz waren am 6. November in Aarau 20 Personen von 12 Genossenschaften anwesend.

Nach der Begrüssung seitens des Präsidenten Herrn *A. Theiler*, Aarau, gibt Herr *Olivieri* einen kurzen Ueberblick über die Anfangsschwierigkeiten und Organisationsfragen, die bei der Gründung von Studienzirkeln auftreten; er zeigt, wie diese gelöst werden können. Die *Diskussion* wird sehr lebendig und befasst sich mit Problemen wie Lokalmiete, Leitfaden und deren Verwendung, Werbung, Personalzirkel, Ausschluss von Kritik an der eigenen Genossenschaft oder deren Funktionären. An der Diskussion beteiligen sich die Herren *Michel*, Wohlen, *Keller*, Suhr, *Brüngger*, Lenzburg, *Wieland*, Aarau, *Döbeli*, Bremgarten, *Marending*, Lenzburg, *Schädeli*, Zofingen, *Kamer*, Aarau, und Frau *Bosshard*, Kölliken.

Erfreulicherweise konnte festgestellt werden, dass freudige Bereitschaft zur Zirkeltätigkeit vorhanden ist. Es darf also eine «gute Saison für die Studienzirkler» im Kreise V erwartet werden, und als Resultat der Zirkeltätigkeit einige *überzeugte Genossenschafter* mehr, die in unserer Bewegung aktiv bleiben.
O.

Kreis IXa

Am 14. November fanden sich eine Anzahl überzeugter Genossenschafter aus den Konsumvereinen des Kreisverbandes IXa des V. S. K. in Niederurnen zusammen, um unter dem Präsidium von Herrn *Rud. Störi*, Gemeindepräsident, Hätzingen, über die Probleme der genossenschaftlichen Studienzirkel zu diskutieren. In einem ausführlichen Referat erklärte der Referent, Herr *Fritz Zwicky-Guler*, Mollis, Zweck, Ziel und Notwendigkeit genossenschaftlicher Studienzirkel; weiter wie man Studienzirkel gründet, welches die Aufgaben und Pflichten eines Zirkelleiters, welche Kenntnisse für die Leitung eines Zirkels notwendig sind. Nicht nur immer die trockene Materie eines Programmes durchberaten, sondern hin und wieder aktuelle Fragen der Gegenwart zur Diskussion bringen, sei es am Anfang oder am Ende der jeweiligen Zusammenkünfte. Oftmals falle es schwer, einen Zirkelleiter zu finden; denn die Genossenschafter betrachten diese Aufgabe als viel zu schwer. Ein Zirkelleiter muss keine Vorträge halten, sondern nur die Diskussionen leiten. Einige Vorbereitungen für die jeweiligen Zusammenkünfte sind jedoch unerlässlich.

Die anschliessende, sehr interessante *Diskussion* zeigte, wie verschieden die einzelnen Studienzirkel geführt werden. Ein Leiter befürwortete besonders die Behandlung von aktuellen, das Genossenschaftswesen betreffende Fragen, wie z. B. die gegenwärtig in Diskussion stehende zusätzliche Wehrsteuer (Besteuerung der Rückvergütung). Er verweist auf einen Artikel im «Schweiz. Konsum-Verein» Nr. 46 betreffend Bundesratsbeschluss und regt an, es sei zuhanden der Verbandsdirektion eine Resolution abzufassen. Diese lautet folgendermassen:

Der Studienzirkelleiterkurs des Kreises IXa des V. S. K. vom 14. November 1948 in Niederurnen (Glarus) nimmt Kenntnis vom Vollmachtenbeschluss des Bundesrates betreffend zusätzliche Wehrsteuer (Besteuerung der Rückvergütung) und protestiert gegen diese die Genossenschaften ungerecht belastende Steuer.

Der Nachmittag wurde dazu benützt, um unter Leitung von Herrn Zwicky einen *Probestudienzirkel* durchzuführen. Man konnte daraus erlernen, wie unter kundiger Leitung diese Diskussionsstunden recht lebhaft gestaltet werden können. Als um ca. 16.00 Uhr der Kreispräsident die sehr interessante Tagung schloss, war jeder Teilnehmer davon überzeugt, wieder einmal einen aufschluss- und lehrreichen Tag erlebt zu haben. Hoffen wir, dass die Studienzirkeltätigkeit zu Hause recht gute Früchte tragen wird. An dieser Stelle den Veranstaltern noch unseren herzlichsten Dank.
Ri.

Wie sehr kann doch das Schicksal ganzer Völker durch Kleinigkeiten beeinflusst werden. Mehr als einmal habe ich heftige, bissige Leitartikel gesehen, die bei den Ministern Verwirrung hervorriefen und Kabinette erschütterten. Und heimlich musste ich lachen, denn ich wusste, dass der Stachel im Leitartikel darauf zurückzuführen war, dass der Schreiber sich mit seiner Geliebten überworfen, oder zuviel getrunken und sich wie ein Esel benommen hatte.

Peter Howard in: «Ideen haben Beine», Verlag Herbert Lang, Bern

Gustav Steigmeyer zum 70. Geburtstag

Herr Steigmeyer, der mit bemerkenswerter Frische und Spannkraft sein verantwortungsvolles Verwalteramt beim Verbandsverein in Neuenburg versieht, darf am morgigen Sonntag seinen 70. Geburtstag feiern.



Vielen Kollegen aus der deutschsprachigen Schweiz ist Herr Steigmeyer nicht zuletzt als früherer gewissenhafter Kassier des Vereins schweiz. Konsumverwalter bekannt.

Wir gratulieren dem tatkräftigen Mitarbeiter für die Genossenschaftssache herzlich. Die besten Glückwünsche aus der ganzen Schweiz begleiten ihn auch fernerhin.

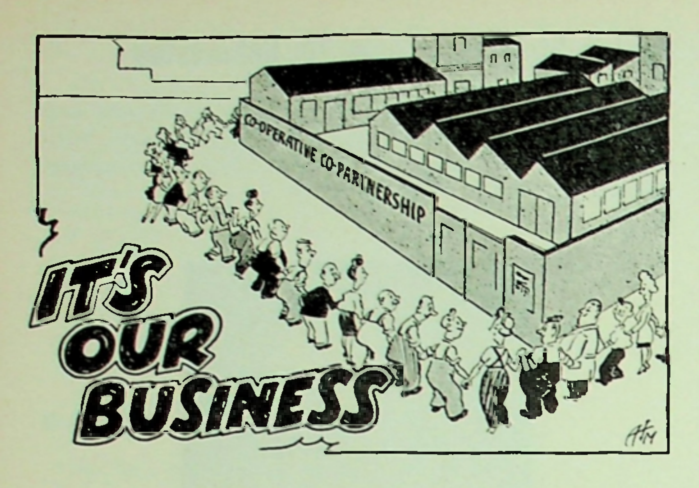
Der neue Vorsteher des Milchgeschäftes des ACV beider Basel

Eine verdiente Beförderung

Der Verwaltungsrat des Allg. Consumvereins beider Basel wählte als Nachfolger von Herrn Anton Portmann Herrn *Emil Stoecklin* zum neuen Vorsteher des Milchgeschäftes.

Herr E. Stoecklin wurde am 20. Juli 1884 in Basel, wo er auch die Schulen absolvierte, geboren. Nach erfolgreicher Beendigung einer dreijährigen kaufmännischen Lehre in einer Basler Kolonialwarenfirma trat er im Jahre 1903 in die Dienste des ACV Basel. Hier avancierte er im Laufe der Jahrzehnte vom jungen Commis im Jahre 1934 zum Adjunkten und Stellvertreter des Vorstehers des Milchgeschäftes. Volle 42 Jahre seiner Wirksamkeit fallen auf das Milchgeschäft, dem er stets mit besten Kräften und grosser Hingabe diente.

Herr Stoecklin war auch seit der im Jahre 1916 erfolgten Gründung der Milcheinkaufsgenossenschaft schweiz. Konsumvereine (MESK) in der engern Geschäftsleitung dieser Zweckgenossenschaft tätig. Er hatte dabei Gelegenheit, sich auch mit allgemeinen Problemen der schweizerischen Milchwirtschaft zu befassen. Herr Stoecklin hat der MESK im Laufe der 32 Jahre durch seine zuverlässige Arbeit grosse Dienste geleistet. Seine Beförderung zum Molkereivorsteher bedeutet eine wohlverdiente Anerkennung seines unermüdlichen, erfolgreichen Schaffens im Dienste der Genossenschaft.
M.



Our Paper - Unser Blatt

«Our Paper» — so lautet der Titel einer neuen zweimal pro Monat erscheinenden Zeitung, die von der Propagandakommission der englischen Produktivgenossenschaften herausgegeben wird. Sie soll in erster Linie denjenigen zugestellt werden, die in den Produktivgenossenschaften arbeiten, wie auch Konsumgenossenschaften und Gewerkschaften. Die erste Nummer zeugt von dem Willen, möglichst viel Lebens- und Interessengebiete zu erfassen und damit sehr vielen etwas zur Unterhaltung und Belehrung zu bieten. Recht viel Raum hat man besonders auch dem Humor vorbehalten.

Eine lustige Abwandlung des in der Schweiz entstandenen und in der ganzen Welt immer mehr Freunde gewinnenden *genossenschaftlichen Figurenmotivs* begegnet uns in der oben aus «Our Paper» wiedergegebenen Zeichnung. Sie zeigt uns den Sinn der Produktivgenossenschaft. «*It's our business*» — «*es ist unser Betrieb*», in diesem Bewusstsein reichen sich Kolleginnen und Kollegen die Hände — rings um ihre Fabrik, ihre Arbeitsstätte, in der zu wirken für alle eine besondere Freude ist.

Englische Rückvergütungssätze pro 1947

* Auch im Jahre 1947 setzte sich die seit 1942 zu beobachtende *sinkende Tendenz* der Rückvergütungsraten und Nettoerträgnisse der britischen Genossenschaften fort, wobei dieses Mal der Trend nach unten sogar verstärkt war. Vergleichen wir gebietsweise die Zahl der Vereine, die pro 1947 ihren Rückvergütungssatz gegenüber dem Durchschnitt der Vorjahre verändert haben, so sehen wir, dass mit einer Ausnahme in allen Regionen Nordirlands, Schottlands und Englands eine bedeutend grössere Zahl von Genossenschaften ihre Rückvergütung gesenkt hat, nämlich 543 von insgesamt 1032, während nur 210 pro 1947 eine höhere als die Durchschnittsrückvergütung ausrichteten. Von 575 Vereinen, die ihren Satz pro 1947 gegenüber 1946 änderten, haben ihn 404 gesenkt und nur 171 erhöht.

Niedrigere Ueberschüsse

Absolut sind die Ueberschüsse der Genossenschaften fast aller Gebiete gestiegen. In Prozenten des Umsatzes aber erfolgte ein Rückgang von 9,49 auf 9,07 %, und pro £ Verkauf beträgt der Reinüberschuss für 1947 noch 1 Shilling 9 3/4 Pence gegenüber 1 Shilling 10 3/4 Pence pro 1946. Diese Senkung um einen Penny pro £ des Verkaufserlöses ist grösser als alle vorangegangenen. Einzig in den Nordregionen ist die Entwicklung der allgemeinen Tendenz entgegengesetzt.

Für die letzten zehn Jahre betrug der Ueberschuss pro £ Brutto-Verkaufserlös:

	s.	d.		s.	d.
1938	1	11 ¾	1943	2	0 ½
1939	1	11 ¾	1944	2	0
1940	1	10 ¼	1945	1	11 ¼
1941	1	11	1946	1	10 ¾
1942	2	1	1947	1	9 ¾

Der Ueberschuss pro 1947 ist der niedrigste seit der Periode von 1919—1924, also unmittelbar nach dem ersten Weltkrieg.

Natürlich ist der Prozentsatz des Reinüberschusses immer höher als der durchschnittliche Rückvergütungssatz, da ja aus dem Reinüberschuss auch andere Aufwendungen als nur die Rückvergütung bestritten werden müssen.

Der Grund für diese Verschiebungen liegt in einem Ansteigen der Lasten, insbesondere der Löhne und Gehälter.

Alles deutet darauf hin, dass Ueberschüsse und Rückvergütungen ihre sinkende Tendenz auch pro 1948 beibehalten werden.

Auch Paris hat jetzt seinen ersten Selbstbedienungsladen

Nach langer Vorbereitung wurde — wie im «Organisator», Monatsschrift, mitgeteilt wird — in einem der volkstümlichsten Arbeiterviertel des 18. Arrondissements in Paris, hinter der Sacré-Cœur-Kirche, von der Firma Goulet-Turpin (einem Lebensmittelgrossbetrieb mit Filialen in allen französischen Städten) am 6. Juli ein Selbstbedienungsladen eröffnet. Er ist etwa 20 m lang und 5 m breit. In der Mitte des Ladens steht eine von allen Seiten zugängliche Ladenetagère, auf deren 4 Etagen mit Lebensmitteln vollbepackte Eisendrahtkörbe (40 × 25 cm) stehen. Sobald einer der Körbe leer ist, wird er durch einen vollen ersetzt.

Ueberhaupt macht dieser erste Pariser Self-Service-Laden einen ausserordentlich modern gediegenen Eindruck. Fünfzig Kunden können durch die drei Kassen gleichzeitig bedient werden. An Personal sind der Geschäftsführer, seine Frau und fünf Angestellte tätig. Die Direktion von Goulet-Turpin ist von dem bisherigen Geschäftsverlauf befriedigt.

Bereits im ersten Monat hat der Selbstbedienungsladen, der, wohlbemerkt, in einem Quartier der Altstadt mit ausgesprochener Arbeiterbevölkerung und nicht einmal an einer Hauptverkehrsstrasse liegt, seinen Umsatz um mehrere hundert Prozent vervielfacht. Wennn man die Service-Kühlschränke in Frankreich herstellen könnte, würden Selbstbedienungsläden in Paris in allen Stadtteilen errichtet werden und rentieren.

Verschiedene Tagesfragen

Ausdrücklicher Verzicht auf die Bedürfnisklausel. In der «Schweiz. Gewerbe-Zeitung» wird mitgeteilt:

«Der Verband schweiz. Papeterien hat kürzlich ein Reglement über die Aufnahme neuer Mitglieder erlassen, dessen Zweck es ist, der Organisation nur qualifizierte Betriebsinhaber zuzuführen.

Voraussetzungen für die Aufnahme als Mitglieder der Sektionen sind:

a) der Nachweis dafür, dass ein Fachgeschäft vorliegt;
b) der Nachweis über die notwendigen kaufmännischen und branchekundlichen Kenntnisse;
c) die Unterzeichnung einer Loyalitätserklärung.

Endlich finden Gesuchsteller, die über keinen guten Leumund verfügen, keine Aufnahme.

Wird ein Geschäft, dessen Inhaber Mitglied des Verbandes ist, veräussert, so kann die Aufnahme des neuen Erwerbers erst erfolgen, wenn dieser die Voraussetzungen des Reglementes erfüllt.

Der Verband schweizerischer Papeterien verzichtet ausdrücklich auf die sog. Bedürfnisklausel und sorgt in seinem Aufnahmereglement dafür, dass diese auch indirekt nicht zur Anwendung kommen kann, da die direkten Konkurrenten nicht über die Aufnahme zu befinden haben. Ausschlaggebend ist einzig die berufliche Tüchtigkeit, eine Einstellung, die sicher nur begrüsst werden kann.»

Die Sorgen der Kartoffelbauern. * Der Absatz an eigentlichen Speisekartoffeln bleibt unter der Produktion. Es wäre sicher zu wünschen, wenn in dieser Lage die Verbraucher, deren Keller es erlauben, ihren Winterbedarf an Speisekartoffeln jetzt eindecken würden. Das könnte zu einer etwelchen Erleichterung der heutigen, ungünstigen Verwertungslage beitragen.

Es fallen wegen der Absatzschwierigkeiten besonder grosse Mengen von Futterkartoffeln an. Die Dämpfkolonnen der verschiedenen landwirtschaftlichen Verbände, welche den Bauern gegen billiges Entgelt die Kartoffeln dämpfen und in die Silos einfüllen, haben seit Wochen Hochkonjunktur und arbeiten Tag und Nacht. Das alles aber vermag die Tatsache nicht auszuwischen, dass in Sachen Hackfruchtbau eine Neuregelung im Sinne der Ermöglichung der Ausdehnung des Zuckerrübenbaues sich aufdrängt.

Kurze Nachrichten

Proteste gegen die neuen Preissteigerungen. Der Grosse Zentralvorstand des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter der Schweiz (VHTL) protestierte gegen die neuen Miet- und Fleischpreissteigerungen; er bedauert, dass der Versuch, das Preis-Lohn-Verhältnis für ein weiteres Jahr zu festigen, erneut gefährdet ist. Mit Genugtuung wurde anderseits davon Kenntnis genommen, dass die Vertreter des Schweizerischen Gewerkschaftsbundes im Stabilisierungsausschuss rechtzeitig und nachdrücklich darauf aufmerksam machten. die Arbeiterschaft .sei unter keinen Umständen bereit, eine weitere Erhöhung der Lebenskosten zu tragen, und es müsse auf alle Fälle im Ausmass einer eventuellen Lebenskostensteigerung eine entsprechende Anpassung der Löhne erfolgen. Die Verbandsbehörden wurden beauftragt, diesbezüglich alle notwendigen Massnahmen zu ergreifen.

*

An der Delegiertenversammlung des Hausverbandes der Firma Brown Boveri & Cie., in dem eine Angestelltenschaft von 1800 Personen zusammengeschlossen ist, wurde zuhanden der Arbeiter und Angestellten der BBC eine Resolution gefasst, in der alle aufgefordert werden. ihren Fleischverbrauch «selbst systematisch zu beschränken, bis Angebot und Nachfrage die Fleischpreise auf ein vernünftiges Mass zurückgeführt haben».

*

Der in Davos versammelte Zentralvorstand des 160 000 Mitglieder zählenden Schweizerischen Betriebskrankenkassen-Verbandes stellte bei der Beratung des Budgets der Tuberkulosenheilstätte «Du Midi» in Davos fest, dass die jüngste Erhöhung der Fleischpreise eine ausgeglichene Rechnung nicht mehr ermöglicht. Der Verband sieht sich ausserstande, die dadurch bewirkte Verteuerung durch eine Erhöhung der Pensionspreise wettzumachen, da eine solche eine untragbare Belastung der Patienten und der hinter ihnen stehenden Hilfsorganisationen bedeuten würde. Die Sachlage führt daher notgedrungen zur Verschlechterung der Ernährungslage der Kranken, da der Fleischkonsum an der Heilstätte herabgesetzt werden muss.

Allgemeine Betriebszählung. Unter dem Vorsitz von Dr. Max Weber und in Anwesenheit von Bundesrat Etter und Direktor Dr. Koller vom Eidgenössischen statistischen Amt tagte in Zürich die nationalrätliche Kommission zur Beratung über die Durchführung einer allgemeinen Betriebszählung im Jahre 1949 (Postulat Gysler). Die Kommission hat mehrheitlich beschlossen, den Bundesrat einzuladen, im Jahre 1949 eine solche allgemeine Betriebszählung durchzuführen.

Bibliographie

Selbsterziehung zur Persönlichkeit. *Der Weg zur inneren Sicherheit.* Von Oskar Hanselmann. 2. Auflage. Bildungsverlag, Gropengiesser, Zürich. 62 Seiten. Fr. 3.50.

* Die wirtschaftliche und weltanschauliche Unsicherheit unserer Tage bringt es mit sich, dass viele Menschen fast ununterbrochen mit charakterlichen Schwierigkeiten zu kämpfen haben. Erfreulich ist es zu hören, was ein erfahrener Praktiker zum Thema «Selbsterziehung» zu sagen hat.

Forschen. Marktforschung und Betriebsforschung. Von Ernst Lattmann. Bildungsverlag, Gropengiesser, Zürich. 2. Auflage, 88 Seiten. Fr. 4.50.

* Wie man den Markt erforscht, Tatsachen über Lieferanten, Waren, Absatzmöglichkeiten, Mitbewerber, Käufer und Mitarbeiter beschafft, darüber gibt diese Arbeit Auskunft. Die Schrift will dazu anregen und anleiten, das Aussergewöhnliche zu tun. Praktische Beispiele, Schematas, sowie das ausführliche Literaturverzeichnis können besonders gute Dienste leisten.

«Büro und Verkauf». * Es genüge für diesmal, aus der *Novembernummer* der schweizerischen Monatsschrift für kaufmännische Organisation und Verkaufspraxis die Titel dreier Beiträge zu nennen, um zu zeigen, wie vielseitig und doch gründlich die Probleme hier angepackt werden: «Ein bilanzkritisches Beispiel» (Hotelbranche), «Zur Ausgabe von Gratisaktien und anderweitigen Kapital-Verwässerungen», «Der Liquiditätsausweis, ein neuer Bestandteil der Abschlussrechnungen». In weiteren Abhandlungen kommen auch die Verkaufs- und Reklamepraktiker auf ihre Rechnung. Probehefte unverbindlich durch den Verlag.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen

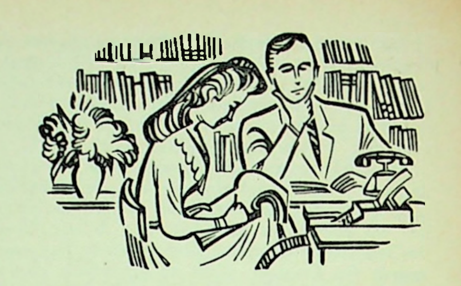
Umsätze:	1946/47	1947/48
Bauma	184 300.—	252 800.—
Biasca	1 196 900.—	1 320 200.—
Biel	8 895 700.—	10 143 700.—
Flawil	821 900.—	882 000.—
Frauenfeld	2 365 900.—	2 745 200.—
Gossau	766 200.—	891 900.—
Grabs	1 062 350.—	1 221 300.—
Kradolf-Schönenberg	348 600.—	331 400.—
Krattigen	208 600.—	236 700.—
Krauchthal	73 400.—	84 700.—
Langnau i. E.	1 138 400.—	1 292 600.—
Lengnau bei Biel	700 300.—	814 500.—
Lyss	1 182 900.—	1 426 400.—
Oberentfelden	675 000.—	903 500.—
Romanshorn	2 385 700.—	2 653 750.—
Seftigen	411 600.—	547 550.—
Solothurn	8 805 000.—	10 019 000.—
Uetendorf	777 200.—	856 200.—
Wetzikon	2 600 250.—	2 773 400.—
Wolfwil	153 100.—	189 500.—

Buchs (St. G.) lud seine Mitglieder zu einer Einweihungsfeier des Konsumhofes ein, an der unter anderem der Film «Die letzte Chance» vorgeführt wurde. In **Flawil**, **Laufen** und **Grabs** fanden Filmvorführungen statt. Im **Freidorf** hat Herr André Saenger seinen Posten als Verwalter angetreten. In seinem Vortragszyklus mit Lichtbildern «Heiteres und Besinnliches aus meinen Wanderjahren» sprach Herr C. F. Endres, Schriftsteller, über «Reisen in Holland und Skandinavien». **Gebenstorf** meldet im ersten Geschäftsjahr einen Mehrumsatz von Fr. 27 500.—. **Herisau** appelliert an die Mitglieder von Stierweid. die renovierte Filiale zu besuchen. **Herzogenbuchsee** offeriert in seinem «Tea Room» Mittagessen zu Fr. 1.70. In **Luzern** fand die erste verbilligte Vorstellung für die Mitglieder im Stadttheater statt; es wurde «Die Csardasfürstin» von Kalman gespielt. **Lyss** meldet die Eröffnung einer neuen Filiale. An der Generalversammlung von **Oberburg** sprach Herr Hans Althaus, Präsident des Kreisverbandes IIIa, über das Genossenschaftswesen. In **Obersiggenthal** hielt Herr Dr. Hans E. Mühlemann, Redaktor des «GV», ein Referat über «Die Genossenschaft als Wirtschaftsform der Demokratie». Kürzlich eröffnete **Olten** eine weitere Filiale. In **St. Gallen** ist nun die Renovation der Filiale Lämmlisbrunn abgeschlossen. Der Laden ist aufs modernste eingerichtet; er besitzt eine abgeschlossene Schuh- und Textilwarenabteilung. **Thalwil** konnte kürzlich seine Mitglieder zur Besichtigung des neuen Metzgereibetriebes einladen. In diesem Zweckbau sind zu sehen das Schlachthaus, wo die Tiere in humaner Art und Weise getötet und zerlegt werden, vier Räume mit Kühl- und Tiefkühlanlagen, der Fabrikationsraum mit drei Räucheranlagen, zwei elektrische Kessel, Backofen für Fleischkäse, die praktischen, hygienischen und leistungsfähigen Fleischverarbeitungsmaschinen, wie Blitzschneider, Scheffel, Wasserdruck-Wurstfüller, Knochensäge, Eisbrecher, Schleifstein und Waage. **Uettligen** hat kürzlich eine Filiale in Kirchlindach eröffnet. Anlässlich der Generalversammlung in **Utzenstorf** wurde von der Filmzentrale V. S. K. der Film «Die missbrauchten Liebesbriefe» vorgeführt. In **Weinfelden** und Bürglen sprach an der Jubiläumsfeier auch Herr Barbier, Mitglied der Direktion des V. S. K. Bei der genossenschaftlichen Jugendgruppe **Zürich** sprach Herr Prof. A. Heim über «Himalaya, Thron der Götter». Im neuen Schuhgeschäft in **Lachen** führte der Kreisverband IXa einen sehr gut besuchten Instruktionskurs für das Schuhverkaufspersonal durch.

Aus der Tätigkeit der dem KFS angeschlossenen Sektionen und Gruppen: In **Bern** hielten einige Mitglieder Kurzvorträge über «Wir rüsten zum Fest». **Frauenfeld** lud zu einem Vortrag von Fr. Klaus über «Frauennot — Frauenhilfe» ein. Herr Walter Hertig sprach in **Zofingen** über «Genossenschaftliche Lebensversicherung». Auf Einladung von **Biel** und **Küttigen** hielt Herr F. Senn vom ACV beider Basel Vorträge über den «Umgang mit Menschen in der Genossenschaft». G.



Für die PRAXIS



Die Berechnung der Lagerdauer und der Umschlagshäufigkeit

Wir müssen uns vor allem darüber klar sein, dass wir unsere Berechnungen entweder auf der Basis der Einstandswerte oder aber dann, was in unsern Konsumvereinen sozusagen restlos der Fall sein wird, auf Grund der Verkaufswerte anstellen.

Die Bestimmung des Umsatzes zu *Selbstkosten* führen wir nur als Gegenüberstellung zu der Umsatzbestimmung zu Verkaufspreisen an.

Wert des Warenlagers zu Anfang des Jahres (Einstandswert und nicht etwa Bilanzwert)	Fr. 100 000.—
Einstandswert der im Verlaufe des Jahres erhaltenen Waren	» 400 000.—
Summe des Einganges	Fr. 500 000.—
Abzüglich Einstandswert des Schlusslagers	» 90 000.—
Einstandswert der im ganzen Jahr verkauften Waren	Fr. 410 000.—

Dieser Umsatzzahl setzt man den Durchschnittswert des Warenlagers gegenüber. Den Durchschnittswert des Warenlagers bestimmt man unter Zuhilfenahme des Lagers am Anfang des Jahres, plus die 12 errechneten Monatsbuchsaldi, dividiert durch 13. Man kann natürlich auch die Summe der Zwischeninventare zu Hilfe nehmen; je öfter diese vorgenommen wurden, um so näher kommt die Durchschnittszahl der Wirklichkeit. Angenommen, in unserm obigen Umsatzbeispiel haben die 5 durchgeführten Zwischeninventare einen Wert ergeben von: Fr. 105 000.—, Fr. 110 000.—, Franken 115 000.—, Fr. 105 000.—, Fr. 110 000—, Schlussinventar Fr. 90 000.—, so haben wir einen *Gesamtwert* von *Franken 635 000.—* plus das Anfangsinventar Fr. 100 000.—. *Fr. 735 000.—* : 7 ergibt einen *Durchschnittswert* des Warenlagers von *Fr. 105 000.—*.

Die Bestimmung des durchschnittlichen Warenlagers zu *Verkaufspreisen* ist in unsern Verhältnissen ziemlich einfach, weil in den weitaus meisten Fällen die Waren dem Magazin und den Verkufslokalen zu Verkaufspreisen belastet werden. Wir ermitteln die 12 Monatssaldi auf Grund der Buchhaltung, zählen den Anfangsbestand hinzu und dividieren die Gesamtzahl mit 13. *Wir müssen aber dabei noch berücksichtigen*, dass die *Ausstände* und die *jeweiligen Kassabestände* in den Verkaufslokalen vom Buchsaldo abgezogen werden. Sind diese nicht auf Grund von monatlichen Aufnahmen bekannt, so müssen wir uns mit Durchschnittszahlen behelfen.

Haben wir bei einem *Umsatz von Fr. 500 000.—* (Verkaufswert) aus den 13 Bestandeszahlen ein *durchschnittliches Lager von Fr. 40 000.—* ermittelt, so können wir die durchschnitliche *Umschlagshäufigkeit* wie folgt berechnen:

500 000— : 40 000.— = 12,5 mal.

Die *Lagerdauer* erhalten wir, indem wir die Anzahl der Tage (365) durch die Umschlagshäufigkeit (12,5 mal) dividieren = *29 Tage Lagerdauer.*

Also beträgt die durchschnittliche *Umschlagshäufigkeit* des Warenlagers *12,5 mal* und die *Lagerdauer 29 Tage.*

Auf einem einmaligen Lagerumschlag lastet ein Lagerzins von 4 %; 2 mal = 2 % und bei 12,5 mal = 0,32 %. L.

Der Kontakt mit der Schreibkraft

Das Diktat — auch das Maschinendiktat — setzt das Zusammenarbeiten zweier Menschen voraus. Vom Grade ihrer Harmonie wird das Ergebnis beeinflusst. Dieses hängt durchaus nicht nur von dem verstandesmässigen Diktiervermögen auf der einen und der schreibtechnischen Leistung auf der andern Seite ab.

Der Mann ist in seinem Wesen nicht so gefühlsbetont wie die Frau; aber auch er unterliegt seelischen Einflüssen. Starke Persönlichkeiten vielfach sogar mehr als Durchschnittsmenschen. Das Leistungsvermögen des Diktierenden wird gefördert, wenn er von der Gegenseite her die Bereitschaft zum «Mitgehen» spürt. Eine Frau kann sehr wohl die geistige und sachliche Ueberlegenheit des Mannes anerkennen und deshalb freudig bereit sein, sie bestmöglich zu reproduzieren, ohne ihre Persönlichkeit aufzugeben.

Viel schwerer als die Handfertigkeit wiegen bei der Schreibkraft Eigenschaften wie *Gewissenhaftigkeit, Takt, Einfühlungsvermögen, Ordnungssinn, Pflichttreue, Verantwortungsbewusstsein* und, nicht zuletzt, ein *gutes Gedächtnis.*

Wo die Leistung eines Diktiergespanns nicht befriedigt oder Reibereien vorkommen, tausche man aus! Meist wird das Ergebnis eine erfreuliche Leistungssteigerung sein.

In die Schreibmaschine diktieren — aber selten!

Eine gute Schreibkraft macht (im Durchschnitt) zirka 4 Anschläge pro Sekunde; das entspricht reichlich 60 Silben in der Minute. Wer in diesem Tempo klar und flüssig diktieren kann, würde also die Stenogrammzeit einsparen. Aber die Zeit des Einspannens mit Durchschlag und Kohlepapier, das Einsetzen der Adresse und der Grussformel sind hier nicht mitgerechnet, auch nicht das Einsetzen des Datums, Diktatzeichen usw.

Zu empfehlen ist das Diktat in die Schreibmaschine nur, wenn der Diktierende ein gutes Konzentrationsvermögen besitzt, seine Unterlagen sorgfältig vorbereitet und er so diktieren kann, dass keine Aenderungen nötig werden. Auch nervöse und unsichere Schreibkräfte eignen sich nicht für regelmässige Diktate in die Schreibmaschine.

Das Diktat ins Stenogramm

Wer aus Gewohnheit meint, alles selbst diktieren zu müssen, wird nie ein Meister werden. Er wird stets unter einem gewissen Zeitdruck stehen. Der Zeitdruck hindert ihn am sorgsamen Nachdenken. Am Anfang des Stenogrammdiktats stehe deshalb die Ueberlegung: Was muss *nicht* diktiert werden?

Man gebe doch vor allem getrost die kleinen Sachen der Maschinenschreiberin: «Bitte, Fräulein Schmidt, beantworten Sie dieses Schreiben in bekannter Weise.» Allenfalls kann man noch den einen oder anderen Merkpunkt angeben. Der Diktierende entlastet sich dadurch von einer Menge Kleinkram und kann sich vermehrt auf die schwierigeren Briefe konzentrieren. Ergebnis: *Zeitersparnis* und *Wirkungssteigerung!*

Der nächste Schritt führt zum *vorgeformten* Schriftwechsel. Dutzende von Geschäftsvorfällen, von bestimmten Rede-

wendungen und Formulierungen kehren immer wieder. Es gibt gleichwohl überraschend viele Diktierende, die jede dieser Wendungen in jedem Diktat neu sprechen. Ein Vorbehalt: Das Verfahren der normierten Sätze verführt Organisationswütige dazu, schön ausgeklügelte Schemamappen für alle Abteilungen des Betriebes anzulegen, mit Dutzenden von systematisch gegliederten Musterbriefen und Briefteilen. Derartige Mappen werden nach kurzer Zeit nie wieder aus dem Schreibtisch hervorgeholt. E. O.

Neue Wege im Ladenbau

Die Nachkriegszeit hat eine Hochflut von Ladenerneuerungen gebracht. — Wenn man mit der Zeit den Eindruck eines gewissen Mangels erhält, so ist es der, dass zu viele Geschäfte genau nach dem gleichen Schema eingerichtet sind; die individuelle Gestaltung kommt ein bisschen zu kurz. Vielleicht könnte jener die Konkurrenz noch überholen, der auch im Ladenbau einen neuen Weg ginge.

Wir betraten kürzlich ein Lebensmittelgeschäft, welches das übliche System des langen Ladenkorpus, der wie eine Abschrankung, wie eine Barriere wirkt, verlassen hat. Wie in einem modernen Restaurant es keinen langen Tisch mehr gibt, dafür viele kleine, so war auch hier der Korpus aufgelöst in eine Mehrzahl geringern Umfanges. Der Raum erlaubt es, diese in die Tiefe zu staffeln. Der Kunde läuft an diesen vorbei, er sieht mehr Waren, und zugleich wird der Kontakt mit dem Verkäufer persönlicher: die starre Abschrankung fehlt. Natürlich eignet sich dieses System nur für einen Laden, der eine ziemliche Tiefe aufweist. Wir wollen mit diesem Hinweis bloss andeuten, dass es immer wieder Möglichkeiten gibt, einem Geschäft eine neue, eine eigene Note zu geben. «Die Ernährung»

Die beste Werbung ist vergebens, wenn der Ladenservice oder das Büro versagen

Fall 1. Ich kenne eine seit vielen Jahren bestehende Firma, die ausgezeichnete Reklame macht und auch gediegene Werbebriefe versendet. Das Ladengeschäft geht flott. Als ich aber einmal etwas kaufen wollte und jeder Verkäufer beschäftigt war, musste ich erleben, dass

keiner der neu eintretenden Kunden begrüsst

wurde. Man stand da und wartete. Schliesslich ging ein Kunde wieder hinaus, ohne dass die Verkäufer es auch nur bemerkten. Ich folgte bald darauf, und vielleicht haben noch mehrere der wartenden Kunden den Laden wieder verlassen. So kann bei zufälligem Andrang ein Schaden entstehen, der gar nicht abzuschätzen ist, aber vermieden werden könnte, wenn man den Kunden kurz begrüsst, ihm vielleicht eine Sitzgelegenheit geboten hätte.

Fall 2. Ich kaufe seit Jahren Biskuits einer sehr renommierten Fabrik, die auch recht gute Ware liefert. Auf einmal waren aber die Biskuits nur sehr schlecht durchgebacken, und ich schrieb als alter Kunde der Firma und machte sie auf diesen Fehler aufmerksam. Eine Antwort habe ich nie bekommen, aber die Biskuits wurden besser. Wahrscheinlich hatte es an der Kontrolle gefehlt. Mich hat diese Behandlung aber doch so missgestimmt, dass ich zu einer anderen Marke übergegangen bin.

Man könnte noch viele solcher Fälle aufzählen. Alle zeigen, dass die beste Propaganda, die grösste Leistung einer Abteilung des Betriebes nicht genügt, wenn eine andere Abteilung versagt. Un deshalb ist es wichtig, dass der Chef gelegentlich in allen Abteilungen Nachschau hält und nie vergisst, dass sich überall Nachlässigkeiten einschleichen können, die man nur bemerkt, wenn man auch die als selbstverständlich betrachteten Dienste gelegentlich nachprüft.

«Organisator», Monatsschrift

Eine erfreuliche Ausstellung mit bedenklichen Symptomen

Der «Schweiz. Bäcker- und Konditor-Zeitung» ist hierüber zu entnehmen:

«Vom 19. bis 21. Oktober hat die Sektion Zürich des Schweiz. Bäckerei- und Konditorei-Personal-Verbandes einen freien Ausstellungswettbewerb für Bäckerei- und Konditoreiprodukte durchgeführt.

Etwa 110 Aussteller haben ihr Können gezeigt. Der Gesamteindruck der Aufmachung konnte als gut taxiert werden.

Es ist zu begrüssen, dass auch die Bäckerei stark vertreten war. Dem kritischen Beobachter musste aber sofort auffallen, dass die Konditoren nicht nur hinsichtlich der Qualität überwogen.

Auf jeden Fall haben in dieser Ausstellung die Konditoren das Rennen gewonnen. Damit soll nicht gesagt sein, dass von den Bäckern keine guten Leistungen gezeigt wurden. Es gab einzelne sehr schöne Kleingebäcke und auch einige mit Sorgfalt hergestellte Brotsorten. Die Flechtarbeiten aber konnten nicht befriedigen. Unter den vielen geflochtenen Produkten war kein einziger einwandfreier Zopf zu finden. Dabei mangelte es weniger an der manuellen Flechtarbeit als vielmehr an der Teigbehandlung und Triebführung.

Man kann auch an der Fachschule feststellen, dass die Bäckerkurse viel weniger Interesse finden als die Konditorenkurse. Sollte die Entwicklung in dieser Richtung weitergehen, dann muss man sich nicht wundern, wenn die Bäckereiproduktion immer mehr an die Grossbetriebe übergeht. Dies ist eine Tatsache, die einem objektiven Beobachter an der Ausstellung aufgefallen ist. Wir haben also auf diesem Gebiet noch viel nachzuholen.»

Die nützlichen Erfahrungsaustauschgruppen des Bäckereigewerbes

Von den verschiedenen bisher durchgeführten gemeinsamen Aktionen dieser Erfa-Gruppen hebt die «Schweiz. Detaillisten-Zeitung» folgende hervor:

1. Ausarbeitung eines gemeinsamen Prospektes und Verteilung in den Haushaltungen, wodurch im Dezember 1947 ein beträchtlicher Mehrumsatz erzielt worden ist.
2. Ausstellung von Wechselplakaten in den Schaufenstern.
3. Herstellung von Galvanos für die gemeinsame Propaganda.
4. Versand einheitlicher, gemeinsam bestellter Werbebriefe.
5. Verkaufstraining des Verkaufspersonals.
6. Gemeinsame Einkäufe gewisser Artikel.
7. Beratungen über maschinelle Verbesserungen.
8. Austausch von Rezepten.

Im Sinne einer engeren Zusammenarbeit aller Erfa-Gruppen wurden die Durchführung eines Verkäuferinnenkurses an der Fachschule in Luzern sowie die Anstellung eines gemeinsamen Schaufensterdekorateurs besprochen.



«Joe, wie gefällt Dir mein ‚New Look'!»

The Progressive Grocer

Gutes leisten — auch in der Werbung!

Auf der Suche nach der besten Werbung

* Wenn wir uns fragen, wieso eine Reklame keinen Erfolg zeitigte, sind wir auf dem besten Wege, herauszufinden, wieso eine andere ihren Zweck erfüllte. Für den Erfolg einer Auslobung gibt es gewöhnlich folgende Gründe:

Sie preist etwas an, das vom Publikum gewünscht wird; — sie offeriert den Artikel zur rechten Zeit und zum rechten Preis; — sie überzeugt; — sie ist einprägsam; — sie erscheint so, dass sie von den potentiellen Käufern tatsächlich beachtet wird.

Im grossen ganzen sind alle diese Punkte wesentlich, obschon vielleicht Reklamefachleute einige besonders auszeichnen und die Liste noch verlängern würden.

Gesetzt, dass in einer Anpreisung alle diese Bedingungen erfüllt wurden und dass wir damit einen ausserordentlichen Erfolg errangen, so möchten wir diesen natürlich wiederholen.

Wir stecken das Feld ab

Wir stellen uns unsere Fragen also so, dass jede Antwort das Feld unserer Untersuchungen verengert. Etwa so:

Ist unser Erfolg einzig dem Umstand zuzuschreiben, dass der angebotene Artikel stark gefragt und unser Preis niedriger war als derjenige der Konkurrenz? — Wenn nicht, war unser Reklametext so formuliert, dass er ungewöhnliche Beachtung fand? — Wenn nicht, war die besonders gute Aufmachung der Reklame die Ursache ihres Erfolges?

Die Untersuchung möge ergeben, dass keiner dieser Faktoren das gute Resultat erklärt. Wir müssen also weiter fragen: zum Beispiel

Hat die Reklame das Publikum durch ein Mittel mit grösserer Durchschlagskraft erreicht, als dies üblicherweise der Fall ist?

Mit andern Worten, wurde vielleicht an die eventuellen Käufer ein persönliches Schreiben gerichtet? Erschien vielleicht unser Inserat in der Lokalzeitung an besonders auffälliger Stelle? Oder war die normale Ankündigung durch eine hervorragende Schaufensterauslage unterstützt? Nur indem wir uns solche (und ähnliche) Fragen stellen, werden wir die Formel finden, nach welcher wir eine lohnende Reklame zu gestalten haben.

Besondere Umstände

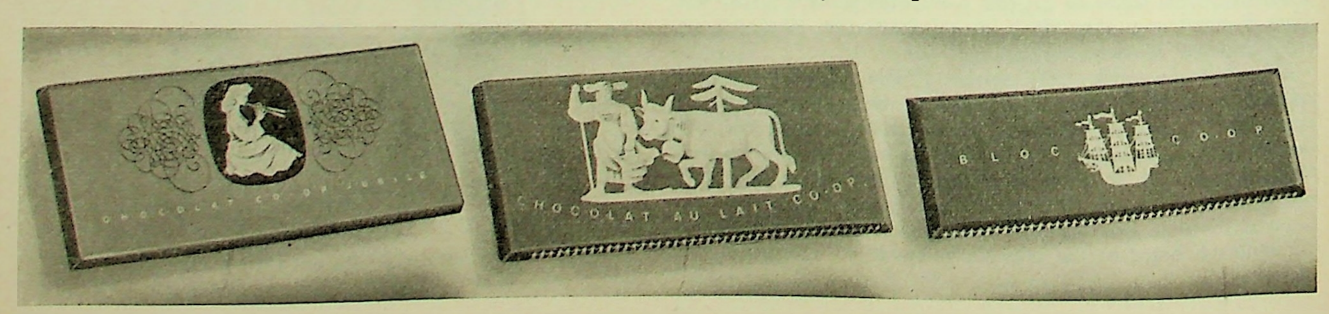
In einer gut geleiteten Firma wird das Resultat einer solchen Untersuchung fixiert und all jenen zugänglich gemacht, die irgendwie mit der Reklame zu tun haben. Denn eine erfolgreiche Reklame macht eine sozusagen wissenschaftliche Zusammenarbeit zwischen jenen nötig, die die zu offerierenden Artikel auswählen, jenen, die sie verkaufen, und jenen, die die Reklame ausführen. Könnte unsere Untersuchung im Landesmasstab angestellt werden, so würde damit natürlich viel Arbeit gespart. Aber es gibt keine Allerweltsformeln, und die Umstände sind von Ort zu Ort verschieden und hängen ab von Einzelheiten wie Alter und Stand einer Genossenschaft, Art der Lokalpresse, Bedeutung der örtlichen Konkurrenz und Preispolitik der betreffenden Genossenschaft.

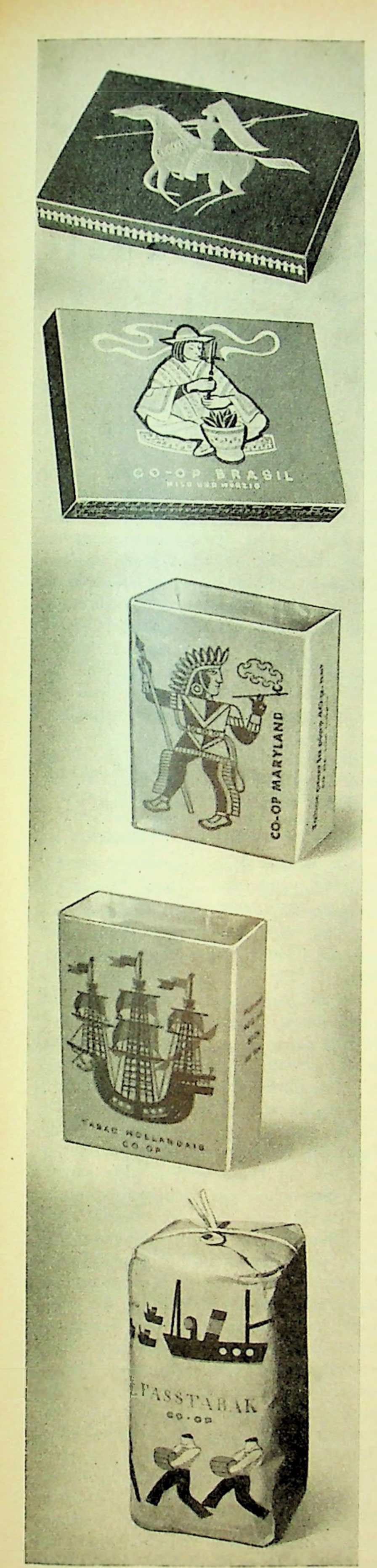
The Cooperative Review

Kann man mit Humor verkaufen!

Leider hat man im allgemeinen den Eindruck, als ob die Propagandisten, vor allem aber die Firmeninhaber, meinten, Humor vertrüge sich mit dem Ernste unserer traurigen Gegenwart nicht. Gerade für Aufklärungsinserate eignet sich ein wenig Humor ganz gut. Ernsthafte theoretische Abhandlungen verlieren stark an Interesse, denn selbst Kaufleute entscheiden nicht immer nur mit dem Verstand, sondern auch mit dem Gefühl. Ja selbst amtliche Bekanntmachungen dürften etwas humorgewürzt sein, wie etwa die vor einigen Jahren erschienene, sehr gute Broschüre gegen Steuerhinterzieher. Auch in den Inseraten des «Genossenschaftlichen Volksblattes» dürfte ein wenig mehr Humor gar nichts schaden, das gibt den Inseraten eine neue Note — ein Weg, der in der letzten Zeit von einer grossen Konsumgenossenschaft gewiss mit Erfolg beschritten wird. Bereits haben ja eine ganze Reihe von Firmen sich der humorvollen Werbung bedient, wobei die Inserate für ein Hühneraugenmittel gerade durch diese Art Propaganda sprichwörtlich wurde. Auch Strumpffabriken, ein bündnerischer Kurort, eine Zigarettenfabrik scheinen beste Erfahrungen mit humorvoller Werbung gemacht zu haben, denn sie blieben beim einmal eingeschlagenen Weg, ein Beweis dafür, dass Humor verkaufen kann. thy

Hier und auf der nächsten Seite zügige Co-op Packungen





Soll man in diesen Zeiten werben oder nicht werben!

1. Das Werben nie aufgeben!
2. Man kann für vielerlei werben: um Kunden, um Arbeiter, um Verständnis usf., usf.
3. Der Werberuf braucht nicht immer auf volle Tonstärke eingestellt zu sein, sonst ermüdet er nur.
4. Wer immer nur an der gleichen Ecke ruft, wird nur von Bekannten beachtet. Also: Gelegentlicher Platzwechsel!
5. Es gibt Werbeworte, Werbebilder, Werbemittel mit Momentan- und solche mit Zeitwirkung. Tageszeitungen, Monatsblätter usw.
6. Richtig angewendetes Werbegeld ist beim Konsumenten gut angelegt; es fliesst auf jeden Fall zum Verkäufer zurück. E. O.

Anleitung für eine zügige Genossenschaftspropaganda

Wir werfen Geld auf die Strasse

Wieviel Fehler leisten wir uns doch noch auf dem Gebiete der Propaganda! Da lassen wir es an der nötigen Sorgfalt bei der Gestaltung der Lokalseite des «GV» fehlen, dort begehen wir bei den Schaufenstern Ungeschicklichkeit auf Ungeschicklichkeit. Das andere Mal verpassen wir die zeitige Propaganda auf Saisonanfang. Dann wissen wir wieder zu wenig, was es Neues auf dem Gebiete der Auslagentechnik gibt usw. Meistens stehen uns gute Klischees zur Verfügung. Doch sie sind uns nicht gegenwärtig. Wir sollten sie viel mehr vorgestellt bekommen, um sie im richtigen Moment verwenden zu können. Auch das Verkaufspersonal ist sehr oft in Not; es fehlen ihm die Anregungen für die Schaufenster, einfache und doch zügige Vorlagen.

Wie leicht kann doch in jedem Verein für all diese Fragen eine glänzende Lösung gefunden werden! Die vom V. S. K. herausgegebene Monatsschrift «Service Co-op» ist da immer wieder voll von Ratschlägen, von praktischen Anleitungen. Und wie gediegen ist doch jede Nummer gestaltet. Wie handgreiflich und verständlich treten sie der suchenden Verkäuferin, dem hilfebedürftigen Verwalter entgegen — alle diese Hinweise für gute Inserate, für flotte Schaufenster, zügige Klischees usw. *«Service Co-op» gehört in alle Genossenschaften und in alle Läden.*



Die Jugend  ist unsere Zukunft

Junggenossenschafter voran!

So lautet der neueste Ruf des Bundes der Schweizerischen Genossenschaftsjugend, der insbesondere seit diesem Jahr eine beachtenswerte Aktivität und Lebendigkeit entwickelt. Junggenossenschafter voran! Dies bezieht sich sowohl auf die Arbeit der zahlreichen jungen Genossenschafterinnen und Genossenschafter in ihren Gruppen, als auch auf die Verbreitung der gleichnamigen Zeitschrift, die heute wohl allen massgebenden Genossenschaftern unseres Landes bekannt sein dürfte.

Wahrhaftig: unsere grosse Genossenschaftsbewegung verfügt heute über eine Jugendorganisation, auf die sie stolz sein darf. Zwar ist diese Jugendbewegung zahlenmässig verschwindend klein im Vergleich zu unserer gewaltigen Genossenschaftsfamilie von über 500 000 Mitgliedern. Aber der Bund der Schweizerischen Genossenschaftsjugend hat in den sechs Jahren seiner Existenz bewiesen, dass er es mit seiner Hauptaufgabe, die Jugend für die Genossenschaftsidee zu gewinnen, ernst nimmt, und er hat in seiner Erziehungsarbeit denn auch beachtliche Erfolge errungen. Diese Tatsache wird heute von vielen Konsumverwaltern bekräftigt, die die Bestrebungen der Genossenschaftsjugend von jeher massgebend unterstützten.

Weshalb eine Genossenschaftsjugend?

Die Antwort auf diese Frage ist einfach: Die Konsumgenossenschaftsbewegung ist nicht nur ein kaufmännisches Gebilde, sondern sie befasst sich auch ebensosehr mit geistigen Fragen. Und jede geistige Bewegung, die sich der Jugend verschliesst, stirbt ab. Die Jugend ist die Trägerin der Zukunft. Also auch der Zukunft der Genossenschaftsbewegung und -idee. Alle verantwortlichen Männer unserer Bewegung haben sich also — sofern ihnen am genossenschaftlichen Aufbau der menschlichen Gesellschaft und nicht nur ausschliesslich an hohen Umsatzziffern liegt — mit der Jugendfrage zu befassen. Dank der umfassenden Arbeit des Bundes der Schweizerischen Genossenschaftsjugend, die bei den Verbandsbehörden des V. S. K. Anerkennung und Unterstützung findet, ist heute die Entwicklung der Jugendsache innerhalb der schweizerischen Konsumgenossenschaften nicht mehr dem Zufall überlassen. Es bestehen heute für die Verwalter unserer Genossenschaften

zwei einfache Möglichkeiten,

die Jugend für die Genossenschaft zu gewinnen; und weil sie nicht zeitraubend, dagegen aber sehr wirksam sind, hoffen wir, dass sehr viele Verbandsvereine davon Gebrauch machen werden.

1. Ein Kollektivabonnement auf den «Junggenossenschafter».

die zweisprachige Zeitung der schweizerischen Genossenschaftsjugend. Wir haben sämtlichen Konsumgenossenschaften die Oktobernummer zukommen lassen, und demnächst wird auch die Novemberausgabe verschickt werden. Wer sich die Mühe nimmt, die Zeitung einer nähern Prüfung zu unterziehen, wird feststellen, dass sie einen wirklichkeitsnahen, lebendigen Geist ausströmt, der unsere Jugend zu begeistern vermag. Wir spüren: hier spricht die Jugend zur Jugend. Ist es nicht nur von ungefähr, dass das Organ der schweizerischen Genossenschaftsjugend heute als eine der besten Jugendzeitungen unseres Landes gilt — dies sowohl inhaltlich wie in ihrer Gestaltung?

Diese Jugendzeitung steht unsern Genossenschaften zur Verfügung. Immer mehr einsichtige Verwalter unserer Bewegung schliessen mit der Redaktion des «Junggenossenschafters» Kollektivabonnemente ab. So bezieht die Verwaltung des LVZ beispielsweise allmonatlich über hundert Nummern unserer Zeitung, um sie sämtlichen Lehrlingen und Lehrtöchtern, aber auch den jüngern Verkäuferinnen und Angestellten auszuhändigen. Eine Reihe weiterer Genossenschaften haben die Jugendzeitung für die Mitglieder ihrer Behörden abonniert oder lassen je ein Exemplar an sämtliche Filialen des Betriebes zustellen. Oder nehmen wir das Beispiel der Konsumgenossenschaft Ins, die 40 Exemplare in den Schulen des Städtchens verteilen lässt.

Wäre dies nicht auch möglich in allen Genossenschaften, wo noch nichts für die *Jugend* unternommen wird? Die Redaktion des «Junggenossenschafters», Postfach 206, Biel 3, nimmt gerne Bestellungen entgegen; noch können bis zum Jahresende Kollektivabonnemente für das Jahr 1949 zum Vorzugspreis von Fr. 2.50 je Exemplar abgeschlossen werden.

2. Das Gründen einer Jugendgruppe

Dies ist der direkteste Weg, die Jugend bleibend für unsere Bewegung zu gewinnen. In vielen Genossenschaften lässt sich ein junger Mann oder eine geeignete Tochter ausfindig machen, die für die Leitung einer genossenschaftlichen Jugendgruppe in Frage käme. Ohne grosse Mühe lassen sich 10—20 junge Leute für die Mitarbeit in der Gruppe gewinnen, so dass bald zur Gründungsversammlung geschritten werden kann. Der Jugendorganisator des BSGJ, Othmar Haller, Postfach 206, Biel 3, steht allen Genossenschaften zur Organisation der Vorbereitungsarbeiten zur Gruppengründung zur Verfügung und ist bereit, das Gründungsreferat über «Zweck und Ziel der Genossenschaftsjugend» zu halten, wobei er ferner die jungen Interessenten ausführlich über die Aufgabe und Gestaltung der Gruppenarbeit aufklären kann. Die periodisch vom Bund der Schweizerischen Genossenschaftsjugend durchgeführten Jugendtagungen, Freidorftreffen und Leiterkurse geben den Verantwortlichen der Jugendarbeit stets das notwendige Rüstzeug und die erforderliche Begeisterung mit auf den Weg. Bewährte Junggenossenschafter statten schliesslich den Gruppen regelmässige Besuche ab, um so die Arbeitsweise sämt-



Die letztjährige Tagung der bernischen Genossenschaftsjugend in Gümligen

licher Gruppen auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen.

Der Wert dieser vom Bund der Schweizerischen Genossenschaftsjugend aus eigener Initiative entwickelten Schulungsarbeit lässt sich kaum in statistischen Zahlen ermessen; Tatsache ist aber, dass der Jugendbund seit seinem sechsjährigen Bestehen sich zu einer kleinen, aber kräftigen und zielbewussten Elite innerhalb unserer grossen Genossenschaftsfamilie entwickelt hat.

«Wer die Jugend hat, hat die Zukunft!»

das gilt auch für uns. Deshalb, liebe Genossenschaftsfreunde, zögert nicht länger und sorgt dafür, dass der «Junggenossenschafter» zu einem vertrauten Bekannten eines grösseren Jugendkreises wird, und sichert euch die Mitarbeit der jugendlichen Kräfte in eurer Genossenschaft, indem ihr eine genossenschaftliche Jugendgruppe ins Leben ruft!

Bund der Schweizerischen Genossenschaftsjugend.

Die Bewegung im Ausland

Dänemark. * *Milchgenossenschaft als Museum.* Die dänischen landwirtschaftlichen Genossenschafter gründeten im Jahre 1882 die erste Milchgenossenschaft gemäss den Rochdaler Grundsätzen. Der Verband der dänischen genossenschaftlichen Molkereien hat jetzt das alte Haus gekauft und als Museum eingerichtet. Auch nach der Renovierung hat das Gebäude seinen ursprünglichen Stil behalten. Im Innern befindet sich die erste Einrichtung der Molkerei. Das Museum wurde feierlich eröffnet, und die dänischen Genossenschafter betrachten es so wie den ersten Konsumladen in Rochdale.

— * *Rekorderfolg des dänischen Genossenschaftstheaters.* Das genossenschaftliche Wandertheater in Dänemark, eine neun Monate alte genossenschaftliche Organisation, spielte mit grossem Erfolg eine französische Komödie. Es besuchte 80 Ortschaften.

Schweden. * *Selbstbedienungsläden in Stockholm.* Die Stockholmer Konsumgenossenschaft eröffnete den vierten Selbstbedienungsladen. Alle Läden sind ganz neu ausgestattet: ihre modernen Einrichtungen bilden eine Sehenswürdigkeit der schwedischen Hauptstadt.

Kinderheim in Mümliswil

(Stiftung von Dr. B. und P. Jaeggi, Freidorf)

Dem Kinderheim Mümliswil wurden überwiesen:
Fr. 100.— von der Konsumgenossenschaft Biel (Bern)
Diese Vergabung wird hiermit herzlich verdankt.

Arbeitsmarkt

Angebot

Kaufmännischer Angestellter, vertraut mit den aktuellen Problemen eines Genossenschaftsbetriebes, gewandter Korrespondent, firm in der Erledigung der Sekretariatsarbeiten, der erfolgreichen Propaganda usw., sucht entsprechenden Wirkungskreis. Offerten unter Chiffre C. K. 190 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Zuverlässiger **Verkäufer-Magaziner,** gegenwärtig Filialhalter einer Gemischtwarenfiliale, verheiratet, mit 2 Kindern, sucht sich auf Frühjahr zu verändern. Gute Sprachkenntnisse. Offerten unter Chiffre K. H. 197 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Junger, tüchtiger Bursche sucht Stelle als **Chauffeur.** Besitzt Fahrausweis für Kategorie A. E. und D. Offerten erbeten unter Chiffre K. F. 196 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Junge, tüchtige **Verkäuferin** der Lebensmittelbranche sucht Stelle als Zweite: ist zurzeit in ungekündigter Stellung. Berner Oberland oder Kt. Graubünden bevorzugt. Offerten unter Chiffre R. O. 198 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Tüchtige **Depothalterin,** die 4 Jahre ein Depot selbständig mit Erfolg geführt hat und sich zu verändern wünscht, sucht neuen Wirkungskreis als Depothalterin in Betrieb mit 200 000 bis 250 000 Fr. Umsatz. Gut versiert in der Lebensmittelbranche, auch Kenntnisse in Tuch- und Merceriewaren, Schuhwaren, Geschirr, Garten- und Feldsämereien. Würde auch Stelle als erste Verkäuferin annehmen. Eintritt frühestens auf 1. Februar 1949. Offerten unter Chiffre E. T. 199 an die Redaktionskaznlei V. S. K., Basel 2.

Nachfrage

Gesucht wird per sofort junge, **flinke Tochter** zur Assistenz der ersten Verkäuferin in ein neues, heimeliges Verkaufslokal. An Kenntnissen werden verlangt: Nahrungsmittelbranche, Mercerie und Bonneterie. Bedingungen gemäss GAV mit dem VHTL. Offerten mit Beifügung von Zeugniskopien und Photo sind zu richten unter Chiffre M. J. 179 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Grössere Konsumgenossenschaft im Kanton Zürich sucht tüchtigen *kaufmännischen Angestellten* als **Buchhalter.** Kautionsfähige Bewerber mit Kenntnissen einer modernen Durchschreibebuchhaltung sowie des Standardkontenplanes V. S. K. erhalten den Vorzug. Offerten mit Lebenslauf, Zeugniskopien, Photo, Referenzen und Angabe der Gehaltsansprüche sind einzureichen unter Chiffre H. V. 193 an die Redaktionskanzlei V. S. K., Basel 2.

Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien der Schweiz

Einladung zur ordentlichen Herbstversammlung

Montag, den 29. November, vormittags 9.45 Uhr, im Volkshaus Bern, Zeughausgasse 9 (im Speisesaal, I. Stock)

TRAKTANDEN:

1. Mitteilungen.
2. Betriebsvergleiche der Konsumbäckereien. (Referat Hr. Peter Seiler, Prokurist, V. S. K.)
3. Stellungnahme zur Vitaminisierung des Brotes; Einführung des Vollkornbrotes «Novapan».
4. Aenderung des Getreidegesetzes vom Juli 1932.
5. Allfälliges.

Nach dem gemeinsamen Mittagessen (Dessert wird von der Verwaltung der KG Bern gestiftet) kann auf Wunsch die sich im Umbau befindliche Bäckerei mit dem neuen Turnusofen besichtigt werden. Wir rechnen mit einem regen Besuch dieser wichtigen Versammlung und verbleiben mit genossenschaftlichem Gruss

Vereinigung der Konsumvereinsbäckereien der Schweiz:
Der Präsident: *E. Zulauf*
Der Sekretär: *E. Gaschen*

Genossenschaftliches Seminar

(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar wurden überwiesen:
Fr. 300.— von der Allg. Konsumgenossenschaft Rorschach
» 100.— vom Konsumverein Laufen
» 60.— vom Kurs für das Verkaufspersonal der welschen Schweiz
Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

INHALT: Seite